

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Pendekatan kuantitatif merupakan sebuah pendekatan ini fokus meneliti populasi atau sampel tertentu menggunakan instrumen penelitian serta menganalisis data yang bersifat statistik guna menguji hipotesis yang ditetapkan (Sugiyono, 2016. hlm. 102). Pendekatan ini berlandaskan pada paradigma positivisme, dimana realitas, gejala atau fenomena yang terjadi dipandang dapat diklasifikasi, diukur serta memiliki hubungan kausalitas (Sugiyono, 2016. hlm. 8). Berdasarkan tingkat eksplanasi, penelitian ini bersifat korelatif karena bertujuan untuk melihat dan atau memprediksi adanya hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2016. hlm. 66). Untuk mendapatkan data primer, peneliti akan menyebarkan angket atau kuesioner sesuai dengan instrumen penelitian secara daring menggunakan Google Forms. Data yang didapat akan diolah dan dianalisis dengan berbagai uji statistik untuk mendapatkan hasil yang sesuai.

Pendekatan kuantitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterhubungan antar variabel, menggunakan teori sebagai landasan penelitian, membuktikan hipotesis dan fokus permasalahan bersifat deduktif atau dari umum ke khusus. Adapun metode korelasional digunakan untuk melihat ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y. Dalam kasus ini, peneliti menganalisis hubungan antara *storytelling endorsement* dan inisiasi hubungan romantis.

#### **3.2 Objek dan Subjek Penelitian**

##### **3.2.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian diartikan sebagai atribut, sifat, nilai, peristiwa atau kegiatan yang dapat diamati dan menjadi pusat peneliti (Sugiyono, 2016, hlm. 38). Objek dalam penelitian ini adalah hubungan antara

*storytelling endorsement* Fore Coffee pada akun instagram @amazing dengan inisiasi hubungan romantis.

### 3.2.2 Subjek Penelitian

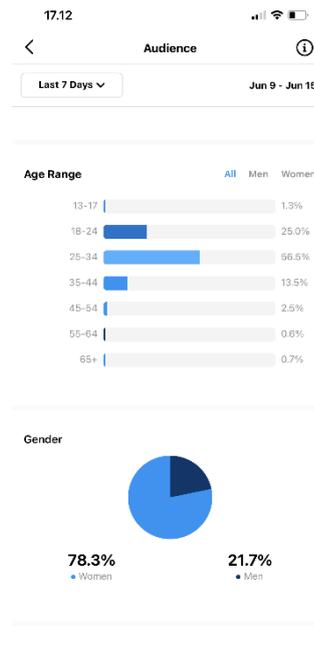
Subjek penelitian berperan memberikan batasan penelitian yang dapat berupa benda, hal, atau orang yang melekat pada variabel penelitian (Arikunto, 2016, hlm. 26). Adapun subjek penelitian ini adalah pengikut akun instagram @amazing.

### 3.3 Tempat dan Partisipan Penelitian

Tempat penelitian ini dilakukan pada media sosial instagram @amazing. Sementara itu, partisipan penelitian ini adalah pengikut akun instagram @amazing yang akan ikut serta menjadi responden dalam penelitian ini. Sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin melihat pengaruh *storytelling* dalam *endorsement* akun instagram @amazing terhadap inisiasi hubungan romantis, maka dapat ditentukan karakteristik partisipan penelitian sebagai berikut:

#### (1) Berusia 18 – 34 tahun

Rentang usia ini dipilih berdasarkan dua hal, yaitu pengguna internet terbanyak dan mayoritas rentang umur pengikut @amazing. Berdasarkan hasil survei NapoleonCat.com tahun 2020 menunjukkan mayoritas pengguna Instagram berada di rentang usia 18 – 24 tahun. Ditambah berdasarkan *insight* akun Instagram @amazing diketahui bahwa mayoritas pengikutnya berusia 25 – 34 tahun. Selain itu, kategori usia 25 – 34 dipilih karena mengacu pada rata - rata usia ideal menikah. Sebuah artikel Tirto.id yang mengutip dari Women's Health bahwa berdasarkan sensus Bureau 2013, usia yang dianggap ideal untuk wanita menikah adalah saat berumur 27 tahun, sedangkan bagi laki – laki saat berumur 29 tahun.



Gambar 3.1 *Insight Audience Influencer @amazing*  
 Sumber: Alexander Thian

(2) Pengikut akun instagram @amazing

Karakteristik ini penting karena subjek penelitian ini erat kaitannya dengan *personal influencer* Alexander Thian. Sehingga para pengikut akun instagram @amazing akan berperan sebagai subjek penelitian.

(3) Melihat *endorsement* Fore Coffee pada akun instagram @amazing

Penentuan kategori ketiga dikarenakan penelitian ini fokus meneliti bagaimana *storytelling* yang terdapat dalam *endorsement* Fore Coffe di instagram @amazing.

### 3.4 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi didefinisikan sebuah wilayah generalisasi baik objek maupun subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang sudah ditetapkan oleh peneliti untuk ditelaah dan sampai pada penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2016a hlm. 80). Dalam penelitian ini target populasinya yaitu seluruh pengikut akun Instagram @amazing yang telah melihat *storytelling endorsement* merek minuman Fore Coffee. Keterbatasan akses untuk mengetahui jumlah *viewers*

unggahan *endorsement* pada akun instagram @amrasing mengakibatkan peneliti tidak dapat mengetahui jumlah pasti populasi.

Sampel adalah bagian dari jumlah populasi yang memenuhi karakteristik yang dibutuhkan (Sugiyono, 2016a hlm. 81). Dengan besarnya populasi tidak memungkinkan peneliti untuk meneliti keseluruhan. Oleh karena itu, sampel harus menjadi representatif yang mewakili populasi. Dalam penelitian ini dibutuhkan beberapa sampel dan untuk menentukan sampel sesuai dengan kriteria maka digunakan teknik *simple random sampling*. Teknik *simple random sampling* dipilih karena seluruh pengikut Instagram @amrasing yang memenuhi kriteria memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi sampel. Dikarenakan jumlah populasi tidak diketahui dengan pasti, peneliti akan menghitung sampel menggunakan rumus Lemeshow (Riduwan & Akdon, 2010 : 239) sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

Keterangan:

$n$  = jumlah sampel minimal yang diperlukan

$z_\alpha$  = Nilai standar dari distribusi sesuai nilai  $\alpha = 5\% = 1,96$

$P$  = Prevalensi outcome  $50\% = 0,5$

$Q = 1 - P$

$L$  = tingkat ketelitian  $10\%$

Jika berdasarkan rumus di atas, maka  $n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}{(0,1)^2} = 96,04$

Didapatkan hasil untuk jumlah sampel sebesar 96,04 yang akan dibulatkan menjadi 100. Dengan begitu, jumlah sampel dalam penelitian ini minimal sebanyak 100 orang.

### 3.5 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan sebuah alat untuk mengukur variabel penelitian (Sugiyono, 2016a hlm. 102). Dalam penelitian ini alat ukur yang digunakan berupa angket atau kuesioner yang berisi variabel, sub variabel, indikator, pernyataan dan skala.

### 3.5.1 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini menggunakan variabel bivariat yang terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Variabel bebas yaitu variabel yang berperan untuk memberikan pengaruh, perlakuan atau stimulus dan menjadi penyebab perubahan yang terjadi pada variabel terikat. Variabel terikat sendiri diartikan sebagai variabel yang menerima perlakuan dan pengaruh variabel bebas sehingga menimbulkan sebuah akibat (Sugiyono, 2016a hlm. 39) (Sugiyono, 2016: 39).

Variabel bebas atau variabel independen dalam penelitian ini adalah *storytelling*. Untuk mengukur variabel *storytelling*, peneliti menggunakan alat ukur yang dikembangkan oleh Pravitaswari, dkk. (2018) dan Smeda (2012). Dimensi atau sub variabel *storytelling* terdiri dari aksi, komunikasi, transmisi nilai, pengetahuan, aspek pencapaian digital, dan aspek kombinasi. Variabel terikat atau variabel dependen penelitian ini yaitu inisiasi hubungan romantis. Alat ukur inisiasi hubungan romantis yang digunakan yaitu alat ukur Harris (2000). Dimensi atau sub variabel inisiasi hubungan romantis terdiri dari *waiting*, *hunting*, *direct*, dan *third-party intervention*.

Dalam pengukuran variabel dibutuhkan skala untuk menentukan besarannya. Skala digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang atau pendeknya interval dalam alat ukur demi menghasilkan data kuantitatif (Sugiyono, 2016a hlm. 92). Skala Likert berfungsi untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden terhadap variabel (Sugiyono, 2016a hlm. 93). Pengukuran menggunakan skala likert memiliki tingkatan dari sangat negatif sampai sangat positif. Tingkatan ini terdiri dari 4 poin, dimana 1 = Sangat Tidak Setuju, 2 Tidak Setuju, 3 = Setuju, dan 4 = Sangat Setuju.

Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala
<i>Storytelling</i> (Variabel X)	Definisi: <i>Storytelling</i> adalah sebuah kisah sarat makna yang diceritakan melalui lisan dan tulisan secara kronologis untuk menarik perhatian khalayak (Bruner,1986: 13; Bennet dan Royle 2004: 55; Boje 1995: 1000 dalam Delgado-Ballester & Fernández-Sabiote, 2016).			
	Aksi adalah cerita menggambarkan perjalanan atau tindakan menuju kesuksesan dan khalayak dapat membayangkan hal tersebut terjadi dalam situasi nyata (Pravitaswari, 2018)	Tingkat kreativitas dan ide cerita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa cerita dalam <i>endorsement</i> Fore memiliki keunikan tersendiri</li> <li>• Saya merasa keikutsertaan <i>followers</i> dalam memberi nama tokoh dinilai sangat kreatif</li> <li>• Saya merasa keikutsertaan <i>followers</i> dalam menentukan zodiak tokoh dinilai sangat kreatif</li> <li>• Saya merasa pemilihan nama tokoh sebagai akronim atau singkatan dari merek Fore sangat kreatif</li> </ul>	Likert
		Tingkat kephahaman khalayak terhadap cerita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya mudah memahami pesan yang disampaikan dalam cerita</li> <li>• Penggunaan bahasa sehari – hari memudahkan saya memahami isi cerita</li> </ul>	Likert
	Komunikasi dalam cerita memiliki plot	Keterkaitan konflik cerita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menyadari adanya perubahan emosi para tokoh saat mencapai klimaks</li> </ul>	Likert

	atau drama yang berkaitan dengan khalayak dan menghadirkan proses pengungkapan kekuatan atau kerentanan tokoh (Pravitaswari, 2018)	dengan khalayak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya pernah atau mungkin mengalami konflik batin yang dialami para tokoh</li> </ul>	Likert
		Tingkat kepercayaan terhadap cerita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya yakin kondisi yang dialami setiap tokoh dapat ditemui di dunia nyata</li> <li>• Saya yakin Alexander Thian melakukan penelitian atau observasi saat membuat cerita sehingga menghasilkan cerita yang menarik</li> </ul>	
	Transmisi nilai yaitu cerita terasa familier dengan khalayak sehingga mendorong mereka berdiskusi mengenai isu dalam cerita (Pravitaswari, 2018)	Kedekatan nilai yang diangkat dalam cerita terhadap khalayak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Situasi yang dialami tokoh Renata pernah atau mungkin terjadi pada saya</li> <li>• Situasi yang dialami tokoh Friska pernah atau mungkin terjadi pada saya</li> </ul>	Likert
		Motivasi cerita terhadap khalayak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerita <i>endorsement</i> Fore membuat saya ingin membangun hubungan romantis (pacaran, pernikahan)</li> </ul>	
	Pengetahuan dalam cerita difokuskan pada konflik yang	Manfaat yang didapatkan khalayak	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerita <i>endorsement</i> Fore memberikan saya informasi produk – produk seperti Fore Coffee, buku, dll</li> </ul>	Likert

terjadi dan bagaimana resolusi konfliknya (Pravitaswari, 2018).		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cerita <i>endorsement</i> Fore memberikan ide hadiah untuk calon pasangan</li> <li>• Cerita <i>endorsement</i> Fore memberikan saya gambaran cara melakukan inisiasi hubungan romantis (pendekatan)</li> </ul>	
	Proses resolusi konflik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menyukai sikap para tokoh dalam menghadapi masalah</li> <li>• Saya merasa tindakan para tokoh tepat untuk memulai inisiasi hubungan romantis</li> </ul>	Likert
Aspek pencapaian digital menitikberatkan pada aspek – aspek digital yang digunakan dalam membentuk sebuah cerita seperti teknologi, proses, dan alat yang digunakan (Smeda, Dakich, & Sharda, 2012).	Konten Cerita	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Konten <i>endorsement</i> Fore memanfaatkan media sosial dengan sangat baik</li> <li>• Pemilihan Alexander Thian sebagai <i>influencer</i> dalam <i>storytelling endorsement</i> dirasa tepat</li> </ul>	Likert
	Kompetensi teknologi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemanfaatan media sosial Instagram untuk <i>storytelling endorsement</i> dirasa tepat</li> <li>• Penggunaan media sosial sebagai wadah <i>storytelling</i> merupakan inovasi yang baik</li> </ul>	Likert
	Produksi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kombinasi antara fitur Instagram Story, Q&amp;A <i>box</i>, <i>highlights</i>, foto, dan video</li> </ul>	Likert

			menjadikan <i>storytelling endorsement</i> Fore sangat bagus	
		Presentasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tampilan cerita dalam Instagram Story membuat saya bersemangat membaca cerita tersebut</li> </ul>	Likert
	Aspek kombinasi yaitu optimalisasi kualitas isi cerita dan evaluasi efektifitas dari cerita tersebut (Smeda et al., 2012).	<i>Economy of Content</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Storytelling endorsement</i> ini membuat saya mengetahui tentang produk yang ditawarkan</li> <li>• <i>Storytelling endorsement</i> ini membuat saya mengetahui tentang inisiasi hubungan romantis</li> </ul>	Likert
		Evaluasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Panjang cerita dari <i>storytelling endorsement</i> Fore Coffee dinilai sudah pas</li> <li>• Saya menyukai bentuk <i>storytelling endorsement</i> dibandingkan <i>endorsement</i> lainnya</li> </ul>	Likert
<i>Inisiasi Hubungan Romantis</i> (Variabel Y)	Definisi: Inisiasi hubungan romantis adalah proses membangun hubungan asmara yang diawali dengan interaksi untuk mengetahui satu sama lain dengan membawa ekspektasi masing-masing terhadap hubungan tersebut (Clark, Shaver, & Abrahams, 1999; Vangelisti, 2011).			
	<i>Waiting</i> , menunjukkan sikap yang pasif	Menunggu tindakan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya berharap calon pasangan saya mengajak berkenan</li> </ul>	Likert

	dalam proses inisiasi hubungan (Harris & Kalbfleisch, 2000).	Memberikan kesempatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya senang jika calon pasangan mencari informasi tentang saya.</li> <li>• Saya menerima hadiah yang diberikan calon pasangan.</li> <li>• Saya akan membalas pesan dari calon pasangan.</li> </ul>	Likert
		Menunjukkan ketertarikan secara tidak langsung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya memberikan saran ketika calon pasangan memiliki masalah.</li> <li>• Saya mengingat hal – hal yang disukai dan tidak disukai calon pasangan.</li> </ul>	
	<i>Hinting</i> , strategi pendekatan yang dilakukan secara hati-hati dan mengungkapkan minat atau ketertarikan secara implisit (Harris & Kalbfleisch, 2000).	Mencari kesamaan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya mencari tahu hal yang disukai calon pasangan.</li> <li>• Saya berusaha untuk menyukai hal yang digemari pasangan.</li> <li>• Saya sering membicarakan hal yang kita berdua sukai.</li> <li>• Saya sengaja datang ke sebuah acara yang dihadiri oleh calon pasangan.</li> </ul>	Likert
		Memberikan isyarat	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menjelaskan hal-hal yang saya sukai kepada calon pasangan.</li> <li>• Saya menunjukkan kelebihan saya agar calon pasangan menyukai saya.</li> </ul>	Likert

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menyiapkan waktu luang untuk bersama calon pasangan.</li> </ul>	
<p><i>Direct</i>, strategi inisiasi yang langsung mengungkapkan perasaan terhadap calon pasangannya tanpa ragu (Harris &amp; Kalbfleisch, 2000).</p>	Mencari kejelasan hubungan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menanyakan status hubungan asmara calon pasangan secara langsung.</li> <li>• Saya mengutarakan ketertarikan terhadap calon pasangan secara langsung.</li> <li>• Saya menginginkan jawaban dari calon pasangan secara langsung.</li> </ul>	Likert	
	Berinisiatif untuk memulai inisiasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya mengajak calon pasangan berkencan.</li> <li>• Saya mengajak calon pasangan untuk melakukan kegiatan bersama.</li> <li>• Saya memuji calon pasangan secara langsung.</li> <li>• Saya selalu menerima ajakan pergi bersama atau berkencan.</li> </ul>	Likert	
	Bertukar informasi melalui pihak ketiga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya mencari tahu informasi tentang pasangan melalui teman/keluarga.</li> <li>• Saya mencari tahu hal-hal yang disukai calon pasangan melalui teman/keluarga.</li> <li>• Saya mencari tahu status hubungan asmara calon</li> </ul>	Likert	
<p><i>Third-party intervention</i>, dalam prosesnya melibatkan pihak ketiga sebagai perantara antara satu sama lain</p>				

	(Harris & Kalbfleisch, 2000)		pasangan melalui teman/keluarga. <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menunggu respon yang diberikan calon pasangan melalui teman/keluarga.</li> </ul>	
		Memulai inisiasi melalui pihak ketiga	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menceritakan ketertarikan terhadap calon pasangan melalui teman/keluarga.</li> <li>• Saya menyampaikan ketertarikan kepada calon pasangan melalui teman/keluarga.</li> <li>• Saya meminta bantuan teman/keluarga untuk bertemu dengan calon pasangan.</li> <li>• Saya menitipkan salam atau hadiah melalui teman/keluarga.</li> <li>• Saya merasa senang jika mendapatkan salam atau hadiah dari calon pasangan walaupun melalui perantara.</li> </ul>	

*Sumber: data olahan pribadi*

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Setelah alat ukur terbentuk, langkah selanjutnya adalah menentukan cara pengumpulan data. Terdapat dua hal utama yang mempengaruhi kualitas data dari hasil penelitian, yakni kualitas instrumen dan kualitas pengumpulan data (Sugiyono, 2016, hlm. 137). Pengumpulan data dapat dilakukan dengan

berbagai cara, sesuai dengan pendekatan dan metode penelitian. Adapun dalam penelitian ini terdapat dua jenis data, yaitu data primer dan data sekunder.

### 3.6.1 Kuesioner

Untuk memperoleh data primer dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner. Menurut Sugiyono (2016, hlm. 137), data primer adalah data yang berasal dari sumber data yang langsung diberikan pada pengumpul data.

Kuesioner sendiri merupakan sebuah teknik pengumpulan data cara memberikan seperangkat item baik pertanyaan ataupun pernyataan, yang nantinya akan dijawab oleh responden (Sugiyono, 2016, hlm. 142).

Sehubungan dengan aturan pembatasan mobilitas selama pandemi, peneliti membagikan kuesioner secara digital. Adapun proses pembuatan kuesioner adalah sebagai berikut:

3.6.1.1 Menyusun rancangan kuesioner

3.6.1.2 Merumuskan butir pertanyaan dan pilihan jawaban. Item pertanyaan dalam kuesioner ini bersifat tertutup yang sudah dilengkapi pilihan jawaban. Sehingga responden hanya perlu menjawab sesuai alternatif jawaban yang sudah disediakan.

3.6.1.3 Menetapkan skor pada setiap butir pertanyaan. Kuesioner ini menggunakan skala nominal untuk mengetahui karakteristik responden dan skala interval untuk item pertanyaan masing – masing variabel. Skala interval yang dipilih yaitu skala Likert.

Kuesioner yang telah disempurnakan selanjutnya disebarkan melalui berbagai perangkat digital, seperti Google, aplikasi percakapan, dan berbagai media sosial.

### 3.6.2 Observasi

Peneliti melakukan observasi terlebih dahulu untuk menentukan subjek penelitian yang tepat. Observasi ini bertujuan untuk mencari *influencer* yang menggunakan teknik *storytelling endorsement*.

Observasi dilakukan dengan menyalisir berbagai akun instagram. Peneliti kemudian menemukan akun instagram @amazing yang dianggap cocok untuk menjadi subjek penelitian ini. Setelah itu, peneliti mengobservasi instagram @amazing selama beberapa hari untuk memastikan bahwa *storytelling endorsement* menjadi ciri khasnya.

### 3.6.3 Studi Kepustakaan

Data sekunder adalah data yang tidak didapatkan secara langsung dari sumber data (Sugiyono, 2021, hlm.137). Untuk mendapatkan data sekunder, peneliti melakukan studi kepustakaan dari berbagai sumber tertulis, berupa buku, jurnal, berita, atau hasil survei. Studi kepustakaan dibutuhkan untuk memperkuat penelitian. Landasan, teori, serta berbagai data penguat lainnya peneliti dapatkan dari hasil pengkajian pustaka.

## 3.7 Teknik Pengolahan Data

Penelitian ini menggunakan metode korelasional untuk mencari hubungan antara variabel *storytelling endorsement* (X) dan inisiasi hubungan romantis (Y). Maka dari itu, untuk mengolah datanya peneliti akan menggunakan uji normalitas, uji linieritas, dan untuk uji hipotesisnya menggunakan uji korelasi Product Moment – Pearson.

### 3.7.1 Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji yang dilakukan untuk menilai sebaran data pada variabel, apakah sebaran data tersebut normal atau tidak (Sugiyono, 2016, hlm. 172). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah membandingkan distribusi data dengan distribusi normal baku. Distribusi normal baku adalah data yang telah ditransformasikan ke dalam bentuk Z-Score dan diasumsikan normal (Sugiyono, 2015, hlm. 150).

Adapun kriteria data dapat dikatakan normal adalah sebagai berikut:

Apabila nilai signifikansi probabilitas (*Asymtotic Significant*)  $>0,05$  maka data dinyatakan normal.

Apabila nilai signifikansi probabilitas (*Asymtotic Significant*)  $<0,05$  maka data dinyatakan tidak normal.

Agar dapat diuji menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov, data harus terlebih dulu memenuhi syarat, yaitu berupa data interval atau ratio, data tunggal yang belum dikelompokkan dalam tabel frekuensi, dan dapat digunakan untuk sampel besar maupun kecil.

### 3.7.2 Uji Linieritas

Uji linieritas dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan secara linier antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen yang hendak diuji. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier.

Terdapat dua cara dalam pengambilan keputusan uji linieritas, yaitu:

- Dua variabel dikatakan memiliki hubungan linier apabila nilai signifikansi lebih dari 0,05 sehingga pengambilan keputusan berupa terdapat hubungan yang linier.
- Dua variabel dikatakan memiliki hubungan linier apabila nilai F hitung lebih kecil daripada F tabel.

Selain melakukan uji signifikansi, peneliti juga menguji linieritas data dengan grafik *scatter plot*. Dengan metode grafik *scatter plot*, peneliti dapat mengetahui arah pola hubungan. Pada grafik *scatter plot*, data dapat dinyatakan linier apabila terdapat pola yang jelas sehingga dapat menunjukkan arah hubungan positif atau negatif (Santoso, 2014, hlm.355). Hubungan positif yaitu hubungan yang terjadi ketika kedua variabel memperlihatkan hubungan yang searah. Misalnya, saat variabel X mengalami peningkatan, maka variabel Y juga mengalami peningkatan. Sebaliknya, hubungan negatif menunjukkan hubungan variabel yang bertolak belakang. Misalnya, saat variabel X mengalami kenaikan, variabel Y justru mengalami penurunan.

Dasar pengambilan keputusan grafik scatter plot adalah sebagai berikut:

1. Apabila titik – titik data membentuk pola garis lurus dari kiri bawah menuju kanan atas maka terbentuk hubungan positif
2. Apabila titik – titik data membentuk pola garis lurus dari kiri atas menuju kanan bawah maka terbentuk hubungan negatif

### 3.7.3 Uji *Product Moment* – Pearson

Uji *product moment* Pearson merupakan alat uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis asosiatif atau uji hubungan dua variabel dengan data berskala interval atau rasio. Sesuai namanya, *product moment* Pearson dikembangkan oleh Karl Pearson. Uji ini termasuk dalam statistik parametris karena menguji data dengan skala interval atau rasio. Sebelum melakukan uji *product moment* Pearson, ada dua syarat yang harus dipenuhi, yakni telah melakukan uji normalitas dengan hasil data berdistribusi normal dan uji linieritas yang menyatakan adanya hubungan linier antara dua variabel.

Rumus korelasi *product moment* Pearson adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum y \sum x}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)} \sqrt{(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  = koefisien korelasi *product moment*

$x$  = skor pertanyaan tiap nomor

$y$  = jumlah skor total pertanyaan

$N$  = jumlah responden

## 3.8 Teknik Penganalisan Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah seluruh data terkumpul. Sugiyono (2016, hlm. 147) mengatakan bahwa analisis data merupakan proses mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis

responden, mentabulasi data, menyajikan data tiap variabel, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis.

Adapun dalam penelitian ini, analisis data dilakukan dengan statistika deskriptif. Pada statistika deskriptif akan diketahui cara pengumpulan data, penyederhanaan angka-angka pengamatan yang diperoleh serta melakukan pengukuran pemusatan dan penyebaran untuk memperoleh informasi yang lebih menarik, dan lebih mudah dipahami tanpa menarik kesimpulan atau generalisasi.

### 3.9 Uji Instrumen

#### 3.9.1. Uji Validitas

Uji validitas adalah menguji ketepatan alat ukur yang digunakan untuk menghasilkan kesamaan antara data dengan kondisi sebenarnya. Valid sendiri berarti instrumen yang digunakan sesuai dengan apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016a hlm. 121). Artinya alat ukur yang digunakan dipastikan memang dapat mengukur objek penelitian.

Rumus uji validitas Pearson:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - \sum y \sum x}{\sqrt{(N \sum x^2 - (\sum x)^2)} \sqrt{(N \sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$  = koefisien korelasi product moment
- $x$  = skor pertanyaan tiap nomor
- $y$  = jumlah skor total pertanyaan
- $N$  = jumlah responden

Uji validitas ini dilakukan kepada 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  yaitu 28. Adapun dasar pengambilan keputusan valid atau tidaknya sebuah instrumen dapat ditentukan oleh dua syarat, yaitu:

- (2) Jika nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka item dinyatakan valid  
 (3) Jika nilai Signifikansi  $< 0,05$  maka item dinyatakan valid

**Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X**

No. Item	Sig. (2-tailed)	Hasil
1	,015	Valid
2	,003	Valid
3	,001	Valid
4	,011	Valid
5	,002	Valid
6	,002	Valid
7	,003	Valid
8	,045	Valid
9	,001	Valid
10	,000	Valid
11	,029	Valid
12	,025	Valid
13	,003	Valid
14	,010	Valid
15	,000	Valid
16	,000	Valid
17	,002	Valid
18	,000	Valid
19	,001	Valid
20	,007	Valid
21	,001	Valid
22	,003	Valid
23	,000	Valid
24	,000	Valid
25	,000	Valid

26	,000	Valid
27	,000	Valid
28	,000	Valid

*Sumber: data olahan pribadi*

Dari tabel di atas terlihat seluruh item variabel X dinyatakan valid. Sejumlah 28 item pertanyaan memiliki nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan memiliki nilai Signifikasi  $< 0,05$ .

**Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y**

No. Item	Sig. (2-tailed)	Hasil
1	,029	Valid
2	,000	Valid
3	,001	Valid
4	,000	Valid
5	,014	Valid
6	,000	Valid
7	,000	Valid
8	,005	Valid
9	,006	Valid
10	,000	Valid
11	,002	Valid
12	,000	Valid
13	,000	Valid
14	,001	Valid
15	,034	Valid
16	,000	Valid
17	,004	Valid
18	,001	Valid
19	,045	Valid

20	,002	Valid
21	,004	Valid
22	,000	Valid
23	,000	Valid
24	,000	Valid
25	,000	Valid
26	,000	Valid
27	,000	Valid
28	,005	Valid
29	,015	Valid

*Sumber: data olahan pribadi*

Dari tabel 3.4 terlihat seluruh item variabel Y memiliki  $r_{hitung} > r_{tabel}$  dan Signifikasi  $> 0,05$ . Maka, sejumlah 29 item pertanyaan variabel Y dinyatakan valid.

### 3.9.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah uji terhadap instrumen untuk mengetahui adakah kesamaan data dalam waktu yang berbeda (Sugiyono, 2016, hlm. 121). Jika alat ukur dipakai menghasilkan data yang konsisten maka dapat dikatakan instrumen tersebut reliabel. Dikarenakan dalam instrumen yang digunakan tidak terdapat jawaban benar atau salah, maka peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach. Rumus ini biasa digunakan pada instrumen berbentuk angket, essai atau kuesioner (Yusup, 2018).

Rumus koefisien reliabilitas Alpha Cronbach:

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_i$  = koefisien reliabilitas Alfa Cronbach

- $k$  = jumlah item soal  
 $\sum S_i^2$  = jumlah varian skor tiap item  
 $S_t^2$  = varian total

Untuk menghitung varian item digunakan rumus berikut:

$$S_i^2 = \frac{JK_i}{n} - \frac{JK_s}{n^2}$$

Keterangan:

- $S_i^2$  = varians tiap item  
 $JK_i$  = jumlah kuadrat seluruh skor item  
 $JK_s$  = jumlah kuadrat subjek  
 $n$  = jumlah responden

Sedangkan, untuk menghitung varian total digunakan rumus:

$$S_t^2 = \frac{\sum X_t^2}{n} - \frac{(\sum X_t)^2}{n^2}$$

Keterangan:

- $S_t^2$  = varians total  
 $X_t$  = skor total  
 $n$  = jumlah responden

**Tabel 3.4 Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha	Hasil
<i>Storytelling Endorsement</i>	,916	Reliabel
Inisiasi Hubungan Romantis	,925	Reliabel

*Sumber: data olahan pribadi*

Adapun menurut Sujarweni (2014:192), instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai alpha > 0,60. Berdasarkan tabel 3.4, nilai alpha dari variabel X dan variabel Y lebih dari 0,60. Maka, instrumen ini dapat dikatakan reliabel.

### 3.10 Prosedur Penelitian

Penelitian ini akan melalui beberapa tahapan sebelum sampai pada penarikan kesimpulan. Pertama-tama peneliti menentukan permasalahan yang akan dikaji, yang mana dalam penelitian ini masalah yang ditemukan yaitu adanya peluang keterhubungan antara media sosial, dalam kasus ini adalah *storytelling* dalam *endorsement @amazing*, dengan proses inisiasi hubungan romantis remaja. Kemudian, peneliti akan menentukan variabel dan mencari tinjauan pustaka yang berkaitan dengan variabel. Selain bahan literatur, diperlukan juga pengkajian untuk menentukan metodologi dan alat ukur yang cocok untuk penelitian ini.

Setelah dirasa menemukan metode dan alat ukur yang tepat, peneliti akan menciptakan instrumen penelitian yang berbentuk kuesioner untuk diberikan kepada responden. Prosedur selanjutnya yaitu menguji coba instrumen dengan uji validitas dan uji reliabilitas. Jika uji coba berhasil maka proses pengambilan data dapat dilakukan. Adapun tahapan dalam penyebaran kuesioner adalah sebagai berikut:

- 3.10.1 Menyalin butir pertanyaan yang telah dirumuskan ke dalam bentuk digital menggunakan Google Form,
- 3.10.2 Menyunting alamat tautan kuesioner menggunakan *Bit.ly* agar lebih mudah dijangkau oleh responden,
- 3.10.3 Menyebarkan tautan kuesioner melalui media sosial Instagram dan Twitter, serta aplikasi percakapan seperti Whatsapp dan Line,
- 3.10.4 Data responden yang telah terkumpul otomatis tersimpan dalam Google Drive. Kemudian, data yang didapatkan siap untuk ditabulasikan.

Tahap selanjutnya yaitu menganalisis data yang telah didapatkan dengan uji statistika. Dikarenakan tujuan penelitian ini untuk melihat ada tidaknya hubungan, maka uji yang digunakan yaitu uji normalitas, uji linieritas dan uji hipotesis. Sesudah mendapatkan hasil dari analisis data maka peneliti dapat melakukan penarikan kesimpulan. Tahap terakhir dari penelitian ini yaitu menyusun hasil kegiatan hingga menjadi karya ilmiah yang utuh.