BAB III
METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Terdapat dua hal yang perlu diperhatikan dalam sebuah penelitian yaitu dasar dan rancangan penelitian yang harus dijadikan acuan oleh peneliti. Desain penelitian yang akan dilakukan perlu diperhatikan oleh peneliti dalam merancang penelitian (Hikmat, 2011). Pada penelitian ini akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan proses pembuktian pengetahuan dengan menggunakan data dalam bentuk angka sebagai jembatan yang digunakan peneliti untuk mencari tahu apa yang peneliti hendak ketahui (Darmawan, 2019, hlm.37). Alasan peneliti memilih metode kuantitatif dikarenakan metode ini bersifat rasional dan tidak terikat oleh analisis dan interpretasi subjektif peneliti. Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu guna menjelaskan, meramalkan, mengontrol fenomena dan mengumpulkan data yang berasal dari data numerik (Moleong & Surjaman, 1989, hlm. 31).

Peneliti menggunakan analisis korelasional untuk mengetahui hubungan antara variabel independent (X) denga variabel dependen (Y). Menurut Kriyantono (2014, hlm. 56), Analisis korelasional sendiri bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara dua variabel atau lebih, dimana nantinya dapat diketahui pula hubungan antar variabel itu positif atau negatif. Maka dari itu, untuk melihat apakah terdapat pengaruh antara akun *Instagram @Parttimebandung* dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada *followers*, metode dan pendekatan tersebut sudah sesuai dengan kebutuhan peneliti.

3.2 Partisipan

Partisipan pada penelitian ini adalah *followers* akun *Instagram @Parttimebandung*. Peneliti memilih partisipan tersebut karena yang berprioritas tinggi memerlukan informasi mengenai lowongan pekerjaan paruh waktu atau lowongan pekerjaan yang disediakan untuk orang-orang yang tidak ingin bekerja

Rita Citra Pertiwi, 2022
PENGARUH AKUN INSTAGRAM @PARTTIMEBANDUNG TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA FOLLOWERS
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

secara fulltime di Bandung hanya *followers* akun *Instagram @Parttimebandung* saja. Melalui *post, snapgram, IG TV video,* dan lain sebagainya para *followers* dapat memperoleh informasi mengenai lowongan pekerjaan *parttime* di kota Bandung dan secara otomatis muncul di beranda mereka. Berbeda dengan pengguna *Instagram* yang tidak mengikuti akun *@Parttimebandung*, mereka perlu mencari dan men-scrolling akun tersebut untuk mencari informasi yang dibutuhkan. Selain itu, Peneliti lebih memilih para *followers @Parttimebandung* sebagai partisipan penelitian dibanding dengan pengguna *Instagram* yang tidak mengikuti akun tersebut walaupun tetap memerlukan informasi mengenai lowongan pekerjaan parttime di kota Bandung karena penelitian ini berasaskan pada kejelasan para pengguna *Instagram* yang mengikuti akun tersebut.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi ialah sekumpulan objek maupun subjek yang memiliki suatu karakteristik yang khas atau kesamaan antar satu sama lain. Dasar dari penelitian ini, populasi adalah objek penelitian secara menyeluruh. Sumber kepribadian dapat dikatakan sebagai keseluruhan objek atau populasi penelitian, mulai dari objek dan kejadian yang terlihat dan tidak terlihat. Populasi dalam penelitian ini adalah *followers* akun *Instagram @Parttimebandung*. Pada awal bulan Maret 2022 tertera bahwa akun *Instagram @Parttimebandung* memiliki *followers* sebanyak 70,2rb.

3.3.2 Sampel

Setelah populasi ditentukan, langkah selanjutnya adalah menarik sampel berdasarkan populasi yang sudah ditentukan sebelumnya. Peneliti mampu mendapatkan informasi yang esensial bagi penelitian dari sampel yang didapat (Fraenkel & Norman, 2012). Penarikan sampel perlu diperhatikan dalam mewakili populasi agar dapat digeneralisasi terhadap populasi target. Selaras dengan pernyatan dari Darmawan (2019, hlm. 142) untuk memperoleh data yang bersifat representatif secara pengujian statistik, serta untuk dapat menggeneralisasi hasil penelitian pada populasi target, perlu dilakukan penarikan sampel dengan pendekatan kuantitatif pada penelitian.

Teknik sampel yang akan digunakan peneliti yaitu teknik *simple random sampling* dikarenakan populasi peneliti sudah sangat jelas yaitu *followers* akun *Instagram @Parttimebandung*. teknik *simple random sampling* merupakan sebuah teknik dimana sampel diambil secara acak dari seluruh anggota populasi tanpa melihat strata pada populasi tersebut (Sugiyono, 2015).

Oleh karena itu, berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti mengajukan beberapa syarat untuk narasumber diantaranya adalah:

1. Pengguna aktif media sosial *Instagram*.
2. Pengikut akun *Instagram @Parttimebandung*
3. Jenis kelamin perempuan dan laki-laki

Setelah memilah kategori dari responden, penetapan sampel dari populasi dilakkan dan digunakan rumus dari Slovin untuk menentukan jumlah sampel tersebut (Darmawan, 2019). Selanjutnya, digunakan rumus Slovin dengan taraf kekeliruan 10% untuk menentukan jumlah sampel penelitian. Penghitungan jumlah sampel ditentukan berdasarkan hitungan formula berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N\,(e^2)}$$

(Kriyantono, 2006, hlm. 162)

Keterangan :

n = Jumlah sampel penelitian

N = Jumlah populasi penelitian

e = taraf kekeliruan yang mampu ditolelir karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Maka dari itu, perhitungan jumlah sampel dapat dijabarkan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + N\,(e^2)}$$

$$n = \frac{164.000}{(1+164.000\,(0{,}1^2)}$$

$$n = 99{,}99\ (dibulatkan\ menjadi\ 100)$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus slovin diatas, maka jumlah sampel penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 99,99, yang dibulatkan menjadi 100 orang pengikut akun *Instagram @Parttimebandung*.

3.4 Instrumen Penelitian

3.4.1 Kuisoner (Angket)

Angket merupakan sebuah daftar pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk ditanggapi sesuai dengan permintaan peneliti, sedangkan kuesioner merupakan sebuah teknik pengumpulan data dengan memberikan seperangkat angket yang berisi pertanyaan maupun pernyataan yang diperuntukkan kepada responden (Sugiyono, 2015, hlm. 135). Terdapat istilah lain yang biasanya digunakan dalam penelitian, yakni informan, namun istilah ini lebih sering dijumpai dalam penelitian dengan pendekatan kualitatif. Responden sendiri dapat diartikan sebagai orang yang menanggapi atau merespon maupun menjawab terhadap seluruh pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti.

Berdasarkan definisi tersebut, akan digunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner berupa angket yang dibagikan kepada responden yang memenuhi kriteria sebagai objek penelitian untuk memperoleh data di lapangan. Penyebaran kuesioner dilakukan sampai peneliti memiliki jumlah yang cukup untuk merepresentasikan populasi penelitian, yaitu sesuai dengan jumlah yang sudah ditentukan.

3.4.2 Studi kepustakaan

Studi kepustakaan digunakan untuk mempekuat isi penelitian, studi kepustakaan diambil dari beberapa sumber yang tepercaya mulai dari buku, jurnal dan lain sebagainya. Menurut (Darmawan, 2019, hlm. 113) mengungkapkan bahwa penggunaan teori dengan fungsi sebagai faktor pendukung sebuah penelitian adalah sebuah keharusan. Sedangkan berdasarkan Creswell (2014, hlm. 68), salah satu komponen penting dalam sebuah penelitian adalah menentukan teori yang akan digunakan pada penelitian serta menentukan rumusan masalah.

3.4.3 Skala Pengukuran

Peneliti menggunakan skala *likert* 5 tingkat untuk mengukur kuisoner penelitian. Instrumen skala *likert* yang digunakan memiliki 5 tingkat mulai dari sangat negatif hingga sangat positif. Pendapat, sikap maupun persepsi seseorang dapat diukur oleh peneliti menggunakan skala ini (Riduwan, 2008, hlm. 13). Hal tersebut juga diperjelas oleh pernyataan dari Darmawan bahwasannya skala Likert digunakan dalam

pengukuran pendapat dan persepsi individu terhadap sebuah fenomena sosial (Darmawan, 2019, hlm. 169).

Tabel 3. 1
Kriteria Bobot Nilai Pernyataan

Pilihan Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

Sumber: (Darmawan, 2019, hlm. 264)

3.5 Prosedur Penelitian

1. Pertama, peneliti mengindetifikasi permasalahan yang akan diteliti
2. Peneliti mulai melakukan pencarian data terkait penelitian terkait, data tersebut bisa diambil dari buku, jurnal, ataupun penelitian terdahulu. Selain itu peneliti melihat juga bagaimana keadaan dilapangan apakah sesuai denga data atau tidak.
3. Peneliti mulai menyusun rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilaksanakan.
4. Setelah membuat rumusan masalah kemudian peneliti mulai menyusun serta membuat hipotesis dari masalah yang akan diteliti.
5. Peneliti menentukan pendekatan penelitian yang akan digunakan.
6. Setelah menentukan pendeketan penelitian kemudian peneliti menetapkan variabel penelitian.
7. Peneliti menentukan dan membuat instrumen penelitian.
8. Peneliti terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data, dalam hal ini kepada pengikut *Instagram @Parttimebandung*.
9. Sesudah data terkumpul sesuai denga jumlah responden yang telah ditentukan sebelumnya kemudian peneliti menganalisis data dengan menggunakan *SPSS.*
10. Setelah mengolah data kemudian peneliti menyimpulkan hasil dari penelitian yang sudah dilaksanakan.
11. Peneliti menulis dan menyelesaikan penelitian.

3.6 Operasional Variabel

Operasional variabel merupakan unsur penting dalam penelitian untuk menghindari adanya penyimpangan atau kesalahpahaman pada saat pengumpulan data. Dalam sebuah penelitian tentunya terdapat variabel, dan agar variabel tersebut dapat diukur dengan menggunakan instrumen atau alat ukur, maka variabel perlu dibatasi, dimana batas ini bisa disebut sebagai definisi yang operasional. Menurut Sugiyono (2015) operasional variabel merupakan seperangkat petunjuk yang lengkap tentang apa yang harus diamati dan mengukur suatu variabel atau konsep untuk menguji kesempurnaannya. Dalam pelaksanaannya, dua variabel digunakan dalam penelitian yaitu terdiri dari variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y).

Adapun variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Akun *Instagram @Parttimebandung* yang memiliki 4 elemen pengukuran, yakni ***context*** (diukur menggunakan indikator bentuk pesan, isi pesan, serta penggunaan bahasa), ***communication*** (diukur dengan cara berbagi informasi, mendengarkan serta merespon, ***collaboration*** (dapat dilihat dari interaksi dan kerjasama), dan yang terakhir yaitu ***connection*** (dapat diukur dengan melihat apakah berkelanjutan serta tetap memelihara hubungan atau tidak) (Solis, 2010, hlm. 263)**.**

Adapun pengertian dari variabel terikat (Y), disebut juga variabel tidak bebas, merupakan variabel akibat atau bisa disebut dengan variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel bebas. Jikalau berkiblat pada pernyataan Sugiyono tersebut, terlihat jelas bahwa variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas yang mana dalam penelitian ini variabel ‘pemenuhan kebutuhan informasi’ merupakan variabel Y dalam riset yang terdiri dari empat unsur pengukuran yakni ***Current Need, Every Need, Exhaustic Need, Cathing-Up Need*** (Guha, 2004). Variabel penelitian akan dijabarkan dan disajikan lebih luas melalui tabel pemaparan operasional variabel berikut.

Tabel 3. 2
Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator	Pertanyaan	Skala

Variabel Independen (X): **Akun *Instagram @Parttimebandung*** Solis (2010, hlm.263)	**Definisi :** menurut Solis (2010, hlm. 28) disebutkan bahwa ada empatunsur komunikasi dalam media sosial yang lebih familiar disebut dengan istilah "*the four C's"* yaitu sebagai berikut: (1) ***Context.*** Komponen *context* membahas mengenai cara penyampaian pesan. (2) ***Communication***. Komponen *communication* membahas mengenai bagaimana komunikasi pada media sosial berlangsung. (3) ***Collaboration.*** Komponen *collaboration* dapat mempengaruhi komunikasi lebih efektif dan efisien. (4) ***Connection.*** komponen *connection* membahas mengenai hubungan antar *users* dan tidak jauhberbeda dengan *collaboration*.			
	Post (Unggahan)	Foto	Saya dapat mengerti informasi yang disampaikan oleh akun *@Parttimebandung* melalui postingan foto	*Likert*
			Saya dapat menemukan informasi yang saya butuhkan melalui foto yang diunggah oleh *@Parttimebandung*	*Likert*
			Foto yang diunggah oleh *@Parttimebandung* menarik perhatian saya	*Likert*
		Tagged Post	Saya mencari informasi tambahan pada bagian *tagged post* akun *@Parttimebandung*	*Likert*

		Caption	Saya dapat memahami *caption* yang ditulis akun *@Parttimebandung* dan memperoleh informasi dari tulisan tersebut	*Likert*
			Saya membaca caption dengan tuntas.	*Likert*
		Kolom Komentar	Saya sering memberikan komentar kepada postingan *@Parttimebandung*	*Likert*
			Saya berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar	*Likert*
			Informasi saya bertambah dengan membaca komentar dari pengguna lain	*Likert*
		Likes	Saya sering memberikan *like* pada postingan *@Parttimebandung*	*Likert*
	Direct Message	Pesan Gambar	Saya menanyakan informasi yang saya butuhkan memalui *Direct Message*	*Likert*
Pemenuhan Kebutuhan Informasi *(InformationNeeds)* (Y)	**Definisi:** Naumer & Fisher (2009, hlm. 15) menjelaskan bahwa dalam pemenuhan kebutuhan setidaknya ada empat unsur yaitu: (1) ***Current Need Approach***, merupakan kebutuhan informasi yang sifatnya mutakhir. (2) ***Every Day Need,*** merupakan kebutuhan informasi yang sifatnya spesifik dan cepat. (3) ***Exhaustic Need***, merupakan kebutuhan informasi yang bersifat mendalam. (4) ***Catching-up Need,*** merupakan kebutuhan informasi yang bersifat ringkas.				

	Akses	Ketersediaan	Informasi yang saya butuhkan terdapat di *@Parttimebandung*	*Likert*
			Saya merasa informasiyang disediakan oleh *@Parttimebandung* membantu saya	*Likert*
		Format	Saya merasa format unggahan *@Parttimebandung* sesuai dengan kebutuhan saya	*Likert*
		Bahasa	Saya dapat mengerti Bahasa yang digunakan oleh *@Parttimebandung*	*Likert*
	Waktu	Frekuensi	Saya sering mengakses akun *@Parttimebandung* terutama saat saya membutuhkan informasi	*Likert*
		Aktualitas	Akun *@Parttimebandung* actual dalam menyampaikan informasi (*up to date*)	*Likert*
	Biaya	Kuota	Saya menggunakan Data Seluler untuk mencari informasi yang saya butuhkan di *@Parttimebandung*	*Likert*

		Wifi	Saya menggunakan Wifi untuk mencari informasi yang saya butuhkan di *@Parttimebandung*	*Likert*
	Personalitas	Kegigihan	Jika belum menemukan informasi yang saya butuhkan, saya dengan gigih akan terus mencarinya di *@Parttimebandung*	*Likert*
		Ketelitian	Saya teliti dalam membaca *Caption @Parttimebandung*	*Likert*
			Saya teliti dalam memperoleh informasi yang saya butuhkan dari *@Parttimebandung*	*Likert*
		Motivasi	Saya meyakini akun *@Parttimebandung* adalah akun informatif yang paling aktual dan faktual	*Likert*
			Akun *@Parttimebandung* dapat menambah wawasan saya terkait informasi seputar kota bandung	*Likert*
		Penerimaan	Saya dapat menerima informasi yang di sampaikan oleh *@Parttimebandung*	*Likert*

	Informasi Berlebihan	Selektifitas	Saya mampu menyeleksi informasi mengenai *parttime* yang terdapat di *@Parttimebandung* sesuai dengan kemampuan saya	*Likert*
		Jumlah Informasi	Informasi mengenai *parttime* yang disediakan oleh *@Parttimebandung* lengkap dan beragam	*Likert*

Sumber: Olahan Peneliti

3.7 Pengujian Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian berfungsi untuk mengukur taraf keabsahan dari sebuah instrument penelitian, kuesioner yang telah dibuat peneliti untuk dibagikan kepada responden perlu dinyatakan valid terlebih dahulu. Jika instrumen penelitian dinyatakan valid maka instrumen penelitian tersebut dianggap layak untuk digunakan dalam mengumpulkan data di lapangan. Selaras dengan pernyataan Sugiyono (2015, hlm. 267) sebuah kuesioner dikatakan valid jika kuesioner tersebut dapat menjelaskan definisi konseptian serta operasional dari variabel. Validitas bukan hasil akhir penelitian melainkan awal tujuan dari sebuah penelitian (Hikmat, 2011, hlm. 85). Hal yang penting dalam uji validitas yaitu menampilkan buktinya agar meyakinkan serta memiliki manfaat karena peneliti tidak perlu untuk menunjukkan sebuah kebenaran objektif.

Dalam uji validitas, pertanyaan pada instrumen penelitian dikatakan valid jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf serta nilai signifikansi tertentu. Sebaliknya, pertanyaan pada instrumen dinyatakan tidak valid jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ pada taraf dan nilai signifikansi tertentu. Dalam penelitian yang akan dilaksanakan, nilai signifikansi yang akan digunakan sebesar 5%. Terdapat formula yang dapat digunakan dalam menguji validitas yaitu menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* dengan rumus :

$$r = \frac{n\,(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n(\Sigma x^2) - (\Sigma x)^2][n(\Sigma y^2) - (\Sigma y)^2]}}$$

Keterangan

r = r_{hitung}

ΣX = jumlah skor item

Σ = skor total

N = jumlah sampel penelitian keseluruhan

Dengan menggunakan rumus diatas melalui *software* SPSS, dan menggunakan data sampel awal sebanyak 20 responden, diperoleh validitas dari 27 pertanyaan dengan r hitung sebagai berikut:

Tabel 3. 3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pertanyaan	rhitung	Validitas
Variabel Independen (X) : **Akun *Instagram @Parttimebandung***	Foto	Saya dapat menemukan informasi yang saya butuhkan melalui foto yang diunggah oleh *@Parttimebandung*	0.510	Valid
		Foto yang diunggah oleh *@Parttimebandung* menarik perhatian saya	0.623	Valid
	Tagged Post	Saya mencari informasi tambahan pada bagian *tagged post* akun *@Parttimebandung*	0.589	Valid

	Caption	Saya dapat memahami caption yang ditulis akun *@Parttimebandung* dan memperoleh informasi dari tulisan tersebut	0.609	Valid
	Kolom Komentar	Saya sering memberikan komentar kepada postingan *@Parttimebandung*	0.778	Valid
		Saya berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar	0.853	Valid
		Informasi saya bertambah dengan membaca komentar dari pengguna lain	0.696	Valid
	Likes	Saya sering memberikan *like* pada postingan *@Parttimebandung*	0.497	Valid
	Pesan Gambar	Saya menanyakan informasi yang saya butuhkan memalui *Direct Message*	0.673	Valid
	Ketersediaan	Informasi yang	0.715	Valid

Pemenuhan Kebutuhan Informasi *(Information Needs)* (Y)		saya butuhkan terdapat di *@Parttimebandung*		
		Saya merasa informasi yang disediakan oleh *@Parttimebandung* membantu saya	0.837	Valid
	Format	Saya merasa format unggahan *@Parttimebandung* sesuai dengan kebutuhan saya	0.813	Valid
	Bahasa	Saya dapat mengerti Bahasa yang digunakan oleh *@Parttimebandung*	0.794	Valid
	Frekuensi	Saya sering mengakses akun *@Parttimebandung* terutama saat saya membutuhkan informasi	0.584	Valid
	Aktualitas	Akun *@Parttimebandung* aktual dalam menyampaikan informasi(*up to date*)	0.718	Valid

	Kuota	Saya menggunakan Data Seluler untuk mencari informasi yang saya butuhkan di *@Parttimebandung*	0.553	Valid
	Wifi	Saya menggunakan Wifi untuk mencari informasiyang saya butuhkan di *@Parttimebandung*	0.632	Valid
	Kegigihan	Jika belum menemukan informasi yang saya butuhkan, saya dengan gigih akan terus mencarinya di *@Parttimebandung*	0.874	Valid
	Ketelitian	Saya teliti dalam memperoleh informasi yang saya butuhkan dari *@Parttimebandung*	0.718	Valid
	Motivasi	Saya meyakini akun *@Parttimebandung* adalah akun informatif yang paling aktual dan faktual	0.801	Valid

		Akun *@Parttimebandung* dapat menambah wawasan saya terkait informasi seputar kota bandung	0.779	Valid
	Penerimaan	Saya dapat menerima informasi yang di sampaikan oleh *@Parttimebandung*	0.859	Valid
	Selektifitas	Saya mampu menyeleksi informasi mengenai parttime yang terdapat di *@Parttimebandung* sesuai dengan kemampuan saya	0.788	Valid
	Jumlah Informasi	Informasi mengenai Parttime yang disediakan oleh *@Parttimebandung* lengkap dan beragam	0.743	Valid

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan Tabel 3.3 hasil pengambilan sampel diatas, 24 pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel valid. Maka dari itu, untuk penelitian ini akan

digunakan 24 pertanyaan yang dimana 9 pertanyaan digunakan untuk mengukur variabel Akun *Instagram @Parttimebandung* (X) dan 15 pertanyaan untuk mengukur variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada *followers* (Y).

3.7.2 Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, uji reliabilitas merupakan uji selanjutnya dalam menindaklanjuti pertanyaan pada kuesioner yang telah valid. Reliabilitas merupakan indikator yang menunjukkan sebaik apa suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Alat ukur dinyatakan reliabel ketika alat ukur dapat memberikan hasil yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama. Hal tersebut selaras dengan pernyataan (Sugiyono, 2015, hlm. 130) yang menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah pengujian tingkat konsistensi instrumen penelitian ketika mengukur yang seharusnya diukur sesuai dengan kebutuhan penelitian. Menurut Arikunto (2006, hlm. 178) suatu instrumen cukup dapat dipercaya atau reliabel untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen itu sudah cukup baik.

Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa validitas merupakan ukuran kesesuaian data yang dihasilkan dari data lapangan dengan kenyataan yang sebenarnya. Selain itu uji dari reliabilitas dapat dipakai dalam mengukur sejauh mana konsistensi instrumen penelitian dan sebagai pengukuran suatu objek yang bertujuan untuk memberikan data yang relatif sama. Sebuah instrumen dapat dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Alpa Cronbach* lebih besar dari 0,60 (Riduwan, 2012). Peneliti menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dalam menghitung nilai reliabilitas internal serta menggunakan analisis alat ukur agar dapat mengetahui reliabilitas dari suatu instrumen (Riduwan, 2012, hlm. 125).

$$R_{11} = \frac{\mathrm{k}}{\mathrm{k}-1}\left(1 - \frac{\Sigma\sigma i^2}{\sigma x^2}\ 1\right)$$

Keterangan:

R_{11} = Koefisien reliabilitas alpha Cronbach

k = Banyak butir pertanyaan diuji

σi^2 = Jumlah dari varians butir (varians item i)

σx^2 = Varians total

Dengan menggunakan rumus di atas melalui *software* SPSS dan data sampel awal sebanyak 20 responden, diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 3. 4
Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.916	24

Sumber: Olahan Peneliti

Berdasarkan nilai *Alpha Cronbach* yang didapat yaitu sebesar 0.916 pada Tabel 3.4, dengan nilai tersebut adalah lebih besar dari 0.60, maka instrumen penelitian yang terdiri dari 24 pertanyaan sudah bersifat reliabel serta dapat dipakai dalam mengumpulkan data sampel keseluruhan.

3.8 Teknik Analisis Data

3.8.1 Metode Analisis Data Deksriptif

Peneliti akan menggunakan analisis data deskriptif guna mendeksripsikan suatu objek atau kegiatan yang menjadi perhatian peneliti. Selain itu penelitian ini lebih terstruktur jika dibandingkan denga penelitian eksplorasi alasannya karena dibutuhkan sampel yang yang representative (Darmawan, 2019, hlm. 49). Pada riset ini, agar mudah dipahami maka data akan disajikan serta dideskripsikan secara mendalam dengan berbagai bentuk seperti tabel distribusi frekuensi, tabel persen, grafik, diagram dan bagan (Ali, 2014, hlm. 453). Oleh karena itu, peneliti telah membuat kriteria penilaian untuk setiap indikator pertanyaan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pertama peneliti menetapkan nilai kumulatif yang diambil dari tanggapan responden terhadap setiap pertanyaan.
2. Setelah itu peneliti melakukan perhitungan nilai kumulatif dari item pertanyaan yang mana lalu dibagi dengan nilai frekuensinya kemudian dikalikan 100%. Hal tersebut dilakukan guna menetukan presentasi capaian responden dengan memperhatikan beberapa point yaitu : (a). Nilai kumulatif terbesar (Nilai ideal), b)

Nilai kumulatif terkecil, c) Nilai interval presentase denga menggunakan rumus dan) nilai rentang.

3. Langkah terakhir yaitu peneliti akan menentukan penggolongan sesuai dengan nilai rentang atau interval presentasi menggunakan rumus.

$$\text{Rentang Kategori} = \frac{Presentasi\ maksimum - Presentasi\ minimum}{jumlah\ kategori}$$

3.9 Uji Asumsi Klasik

3.9.1 Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak (Siregar, 2015, hlm. 49). Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov diolah dengan SPSS versi 21. Pengambilan kesimpulan untuk menentukan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak adalah dengan menetukan nilai signifikansinya.

a. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka dinyatakan data berdistribusi normal.

b. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka dinyatakan data berdistribusi tidak normal.

Sesuai apa yang telah dipaparkan diatas maka mampu dinyatakan bahwa ketika melakukan penelitian kuantitatif, penting untuk memastikan data berdistribusi normal melalui uji normalitas, dikarenakan data mampu dianggap merepresentasikan populasi penelitian jika data berdistribusi normal ataupun hampir mendekati normal.

3.9.2 Uji Heteroskedastisitas

Peranan dari uji heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varian antar residual pengamatan dalam suatu model regresi. Suatu model dikatakan bersifat homoskedastis apabila varian antar residual pengamatan sama. Sebaliknya, model bersifat heteroskedastis apabila terjadi ketidaksamaan varian antar residual pengamatan. Menurut Ghazali (2016), model regresi yang baik adalah model yang bersifat homoskedastis.

3.10 Uji Hipotesis

3.10.1 Uji Korelasi

Uji korelasi bertujuan untuk menentukan apakah terdapat hubungan pada setiap variabel atau tidak, selain itu berperan dalam menghitung sejauh mana hubungan

antarvariabel dan juga apakah hungan antara kedua variabel tersebut signifikan atau tidak. Pada dasarnya, koefisien korelasi ini berguna dalam melihat apakah tingginya skor pada satu variabel berkaitan erat dengan tingginya skor variabel lainnya. Dalam penelitian ini, digunakan rumus korelasi *Pearson's Product Moment* dengan rumus tertulis sebagai berikut :

$$r \frac{n\Sigma XY - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{\{n\,\Sigma x^2 - (\Sigma \mathrm{x})^2\}\,\{n\Sigma Y^2 - (\Sigma \mathrm{Y})^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Korelasi *Pearson's Product Moment*

n = Besaran populasi penelitian

Σx = Jumlah skor dalam distribusi X

Σy = Jumlah skor dalam distribusi Y

Σx^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi X

Σy^2 = Jumlah kuadrat dalam skor distribusi Y

Σxy = Jumlah perkalian butir X dan Y

3.10.2 Uji T (Pengujian secara parsial)

Uji T berperan untuk melihat kesalahan dan kebenaran hipotesis yang dibuktikan dengan hasil (Rohmana, 2010). Pada riset ini, Uji T adalah salah satu langkah dimana peneliti menggunakan hasil sampel penelitian untuk melakukan pengujian kebenaran dan kesalahan hipotesis (H_0). Hasil dari pengujian statistik yang didapatkan serta data actual merupakan keputusan dasar untuk melakukan uji T. Menurut (Siregar, 2015, hlm. 304) peranan uji-T dalam penelitian berfungsi dalam memahami serta menguji bagaimana signifikansi pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara parsial.

Peneliti menggunakan *software* SPSS untuk melakukan uji-T dengan taraf kekeliruan senilai 5% atau sama halnya dengan 0,05 serta dengan taraf signifikansi sebesar 95%. Selain itu terdapat perhitungan tanpa pemrograman menurut Kusnendi (2017, hlm. 4) yang bisa dipakai untuk mencari uji T dengan rumus ditampilkan dibawah ini :

$$\boldsymbol{Tbk} = \frac{\boldsymbol{B_k}}{\sqrt{(\boldsymbol{RJK_{Res}})\ \boldsymbol{C_{ii}C}}}$$

Disamping itu terdapat determinasi guna menyimpulkan apakah H_0 ditolak atau diterima yang dapat dilihat pada dua poin dibawah ini :

a. Apabila nilai t_{hitung} > nilai t_{kritis}, maka H_0 ditolak atau menerima H_a yang artinya variabel tersebut signifikan.
b. Apabila nilai t_{hitung} < nilai t_{kritis}, maka H_0 diterima atau menerima H_a artinya variabel tersebut tidak signifkan.

3.10.3 Uji F (Uji Simultan)

Menurut Kusnendi (2017, hlm. 4) uji F atau uji simulyan bertujuan untuk melihat hipotesis dimana seluruh variabel secara simultan diuji dalam penelitian. Selain itu dalam penelitian ketika hipotesis secara keseluruhan (simultan) diuji berarti melakukan analisis dan perhitungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara tergabung, maka akan diketahui seberapa besar pengaruh yang diberikan. Dapat ditarik kesimpulan bahwa uji F merupakan pengujian secara simultan dari seluruh hipotesis penelitian dengan menggabungkan variabel bebas (X) dan variabel tidak bebas (Y) untuk melihat bagaimana pengaruh yang diberikan variabel bebas (X) secara keseluruhan. Dibawah ini terdapat prosedur guna menggunakan uji F yaitu:

$H_0: b_1 = b_2 = . . . = b_k = 0$
H_1 : minimal ada sebuah $\neq 0$

$$F = \frac{RJK_{reg}}{RJK_{res}}$$

(Kusnendi, 2017, hlm. 4)

Kemudian guna mengetahui apakah H_0 ditolak atau diterima maka akan digunakan asumsi sebagaimana pada dua poin dibawah ini:

1. Ketika $f_{hitung} < f_{tabel}$ H_0 dapat diterima
2. Ketika $f_{hitung} > f_{tabel}$ H_0 ditolak

3.10.4 Koefisien Determinasi (R2)

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengetahui presentasi pada konstribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Selain itu dapat digunakan rumus koefisien korelasi guna menganalisis serta untuk mengetahui seberapa besar pengaruh

antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Terdapat rumus yang dapat dipakai dalam menguji koefisien determinasi yang dijelaskan melalui rumus dibawah ini:

$$\text{KD} = \text{R}^2 \text{ x } 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinan

R^2 = Nilai koefisien korelasi

3.10.5 Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda akan digunakan peneliti untuk menganalisis hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat, apakah terdapat hubungan sebab akibat atau tidak (Riduwan, 2012, hlm. 283). Selain itu data interval merupakan jenis data yang sudah terkumpul serta dalam pengujiannya digunakan aplikasi SPSS dengan model persamaan regresi linier berganda yaitu:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_{1j} + \beta_2 X_{2j} + \beta_3 X_{3j} + \beta_4 X_{4j}$$

Keterangan

Y = Pemenuhan Kebutuhan Informasi

β_0 = Konstanta regresi

β_i = Koefisien regresi X_i

X_{ij} = Context, Communication, Collaboration, dan Connection Akun @Parttimebandung