

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2012:29) metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan karakteristik suatu kelompok pada masa sekarang untuk melihat fakta-fakta dari kelompok tersebut secara faktual, sistematis, dan akurat. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang merupakan pendekatan ilmiah/*scientific* karena telah memenuhi kaidah ilmiah yaitu objektif, terstruktur, rasional dan sistematis. Data yang terkumpul dan analisisnya lebih bersifat kuantitatif atau angka-angka yang bersumber dari hasil survei dengan kuesioner/skala (Sugiyono, 2015:13)

Metode tersebut digunakan karena penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan karakteristik pengunjung dalam menentukan promosi seperti apa yang disukai, sehingga promosi dapat membangun keterlibatan (*engagement*) yang kuat. Data temuan tersebut diolah menggunakan perhitungan statistik yang sistematis berdasarkan indikator variabel yang telah ditetapkan sebelumnya.

## **B. Obyek penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Karang Setra Waterland yang berada dibawah PT. Brajatama, yang berlokasi di Jl. Sirnagalih No.15, Gegerkalong, Kec. Sukasari, Kota Bandung, serta media sosial Karang Setra Waterland.

## **C. Populasi dan Sampling**

Populasi, Sampel dan Teknik sampling pada penelitian ini sebagai berikut:

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Karang Setra Waterland yang pernah berkunjung dalam kurun waktu satu tahun terakhir. Berdasarkan data yang diberikan oleh Supervisor Pemasaran Karang Setra Waterland, rata-rata jumlah pengunjung individu berjumlah 1.500 orang setiap bulan. Populasi lainnya adalah Manajemen Karang Setra Waterland yakni Supervisor Divisi Pemasaran.

### 2. Teknik Sampling

Sampel merupakan bagian dari populasi yang telah dipilih. Menurut Gay dalam Mahmud (2011:159) ukuran minimum sampel yang dapat diterima pada metode deskriptif adalah 10% dari populasi. Berdasarkan ketentuan tersebut, maka jumlah sampling yang ditetapkan dari 1.500 orang jumlah populasi, sebesar 150 responden yang ditetapkan menjadi sampling.

Teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah *stratified random sampling* karena populasi memiliki anggota yang tidak homogen yakni berdasarkan generasi dengan rentang usia 36–54 tahun (Generasi X), 23–35 tahun (Generasi Y),

dan  $\leq 22$  tahun (Generasi Z). Proporsi tersebut ditetapkan untuk mengetahui jenis konten seperti apa yang paling cocok untuk target audiens, karena kelompok umur yang berbeda mengkonsumsi konten dengan cara dan format yang berbeda pula (Kingsnorth, 2016:248). Proporsi pengambilan sampel sebesar 20%, 50% dan 30% secara berurutan.

#### **D. Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan penyebaran kuesioner elektronik atau angket dan wawancara.

##### 1. Penyebaran Angket

Penyebaran angket menggunakan kuesioner ditujukan kepada pengunjung yang pernah berkunjung ke Karang Setra Waterland dengan memberi seperangkat pertanyaan dengan jenis pertanyaan tertutup. Penyebaran kuesioner dilakukan secara elektronik melalui *google form* yang dapat diakses secara online melalui internet.

##### 2. Wawancara

Wawancara secara terstruktur yang dilakukan merupakan kegiatan tanya jawab melalui media telepon berdasarkan pedoman wawancara yang berisikan daftar pertanyaan yang ditujukan kepada Supervisor Pemasaran Karang Setra Waterland untuk mendapatkan informasi mengenai sejauh mana implementasi dan pelaksanaan pemasaran konten di Karang Setra Waterland. Wawancara dilakukan dengan menggunakan alat bantu perekam dan buku catatan.

### E. Definisi Operasional Variabel

Variabel yang digunakan sebagai objek pengamatan pada penelitian ini adalah Pemasaran Konten. Variabel tersebut merupakan suatu atribut yang ditetapkan oleh penulis menjadi objek yang dipelajari dan diperlukan untuk menjabarkan dimensi, indikator dan skala pengukuran. Operasional Variabel penelitian adalah sebagai berikut:

**TABEL 2**  
**OPERASIONAL VARIABEL**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Pemasaran Konten	Pembentukan Ide Konten	Tema pemasaran konten menarik	Ordinal & Nominal
		Format pemasaran konten menarik	Ordinal & Nominal
		Isi pesan pemasaran konten menarik	Ordinal
		Isi pesan pemasaran konten berisikan informasi produk	Ordinal
		Isi pesan pemasaran konten berisikan pesan emosional	Ordinal
		Isi pesan pemasaran konten berisikan keunggulan produk	Ordinal
	Pembuatan dan Perencanaan Konten	Jadwal penayangan pemasaran konten	Ordinal
		Konsistensi penayangan pemasaran konten	Ordinal
		Desain konten menarik	Ordinal

Sumber: Modifikasi Simon Kingsnorth, 2016

**TABEL 2**  
**OPERASIONAL VARIABEL**  
**(Lanjutan)**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Pembuatan dan Perencanaan Konten	Promosi menarik perhatian untuk berkunjung	Ordinal
		Kesesuaian narasi konten dengan tema dan format konten	Ordinal
	Saluran Distribusi Konten	Media distribusi konten yang dimiliki	Ordinal
		Media distribusi konten berbayar	Ordinal

Sumber: Modifikasi Simon Kingsnorth (2016)

#### **F. Uji Validitas dan Reliabilitas**

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji keabsahan instrumen yang digunakan sebagai alat ukur.

##### 1. Validitas

Uji validitas menunjukkan seberapa jauh instrumen penelitian dapat mengukur objek yang hendak diukur (Sugiyono, 2011:121). Teknik pengujian yang digunakan adalah teknik korelasi *Product Moment Pearson* dengan mengkorelasikan masing-masing skor item butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh (Arikunto, 2010:211). Acuan yang dijadikan sebagai kriteria keabsahan pada uji ini adalah jika  $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$  maka butir instrumen dinyatakan valid, namun jika  $r \text{ hitung} \leq r \text{ tabel}$  maka butir instrumen dinyatakan tidak valid.

Penulis melakukan uji validitas instrumen kepada 31 orang pengunjung Karang Setra Waterland dengan total 15 butir pertanyaan didapatkan hasil sebagai berikut:

**TABEL 3**  
**HASIL UJI VALIDITAS INSTRUMEN KUESIONER**

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	.869**	0,355	Valid
2	.828**	0,355	Valid
3	.607**	0,355	Valid
4	.562**	0,355	Valid
5	.430*	0,355	Valid
6	.821**	0,355	Valid
7	.420*	0,355	Valid
8	.609**	0,355	Valid
9	.503**	0,355	Valid
10	.562**	0,355	Valid
11	.815**	0,355	Valid
12	.625**	0,355	Valid
13	.812**	0,355	Valid
14	.457**	0,355	Valid
15	.852**	0,355	Valid

Sumber: Perhitungan melalui IBM SPSS Statistics 20, 2020

Berdasarkan Tabel, seluruh butir pertanyaan yang diberikan kepada responden dinyatakan valid karena hasil korelasi setiap pertanyaan mencapai r tabel yaitu  $\geq 0,355$ .

## 2. Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan reliabel apabila hasilnya tetap sama atau konsisten. Pengujian reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, yang akan dianggap

reliabel apabila koefisien reliabilitas melebihi 0,60 (Siregar, 2017:57). Berikut merupakan persamaan Alpha Cronbach:

$$r_{11} = \left( \frac{k}{(k-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

Keterangan:

$r_{11}$  = Reliabilitas instrumen

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_i^2$  = Jumlah varians skor tiap-tiap item

$\sigma_t^2$  = Varians total

Penulis melakukan uji reliabilitas instrumen kepada 31 orang pengunjung Karang Setra Waterland dengan total 15 butir pertanyaan. Hasil yang didapatkan bahwa instrumen dinyatakan reliabel karena memperoleh koefisien reliabilitas 0,758 melebihi 0,60. Berikut merupakan hasil uji reliabilitas dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach:

**TABEL 4**  
**HASIL UJI RELIABILITAS INSTRUMEN KUESIONER**

<i>Reliability Statistics</i>	
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.758	15

Sumber: Perhitungan melalui IBM SPSS Statistics 20, 2020

## **G. Analisis Data**

Analisis data pada penelitian ini adalah analisis kuantitatif yakni dengan menggunakan statistik deskriptif. Tahap analisis data dimulai dengan memastikan bahwa data yang diperoleh sudah lengkap dan sesuai dengan kriteria data yang diperlukan. Selanjutnya data disederhanakan melalui perhitungan statistik deskriptif melalui beberapa perhitungan seperti menghitung frekuensi dari suatu nilai yang disajikan dalam bentuk frekuensi relatif (persentase), menghitung ukuran tendensi sentral dengan menghitung nilai rata-rata (*Mean*) serta melihat hubungan antara usia dengan preferensi teknik promosi melalui tabulasi silang (*Crosstab*).

Skala yang digunakan pada angket merupakan Skala Nominal pada indikator profil pengunjung dan Skala Likert sebagai Skala Ordinal untuk mengukur sikap dan pendapat pengunjung. Alternatif pilihan jawaban yang tersedia adalah Sangat Setuju, Setuju, Cukup, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

## **H. Jadwal Penelitian**

Berikut merupakan jadwal penelitian yang meliputi tahap persiapan, pelaksanaan dan pelaporan hasil penelitian:



**TABEL 5**

**JADWAL PENELITIAN**

Kegiatan	Bulan							
	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	
Pembuatan TOR	■	■						
Pengumpulan TOR		■						
Bimbingan UPE		■	■	■				
Pengumpulan UPE			■					
Seminar UPE			■					
Revisi UPE				■	■			
Pengumpulan Data					■	■		
Pengolahan Data					■	■		
Penyusunan PA						■	■	
Pengumpulan PA							■	
Sidang PA								■
Revisi PA								■