

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei. Penelitian kuantitatif bertujuan untuk menggambarkan fenomena sosial dalam bentuk angka atau kuantitas, serta menguraikan hubungannya (Sudaryono, 2017: 98). Metode survei dilakukan dengan mengajukan serangkaian pertanyaan atau pernyataan kepada responden, baik secara lisan maupun tertulis (Sanusi, 2011: 105).

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara daring melalui platform instagram, dengan memanfaatkan fitur *direct message* (DM) sebagai sarana penyebarluasan kuesioner.

##### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan secara langsung dan berkala pada 30 Mei sampai dengan 4 Juli tahun 2025.

#### **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

##### **1. Populasi**

Populasi adalah wilayah generalisasi yang merupakan himpunan objek atau subjek dengan ciri khas dan jumlah tertentu, yang dipilih peneliti untuk

dipelajari dan ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2024: 130). Seluruh pengikut akun instagram @grangerzmn yang berjumlah 45.600, ditetapkan sebagai populasi dalam penelitian.

## 2. Sampel

Sampel diartikan sebagai bagian dari populasi yang ditentukan secara representatif dengan memperhatikan kriteria jumlah dan ciri khas tertentu (Sugiyono, 2019: 127). Penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* dengan pertimbangan bahwa populasi yang memenuhi syarat sebagai individu yang menggunakan akun pribadi tidak diketahui secara jelas jumlahnya. Penerapan teknik ini menjamin bahwa setiap individu memiliki peluang yang sama untuk dipilih, sehingga sampel yang dihasilkan mampu mewakili populasi secara representatif (Syamsul et al., 2023: 103). Sugiyono (2019: 143) menyatakan bahwa penelitian kuantitatif sebaiknya menggunakan ukuran sampel antara 30 sampai 500 responden. Berdasarkan ketentuan tersebut, peneliti menetapkan jumlah minimal sampel sebanyak 100 responden.

## D. Teknik Pengumpulan Data

Variabel didefinisikan sebagai segala sesuatu yang sifatnya dapat berubah atau bervariasi (Dawis et al., 2023: 70). Variabel independen (variabel bebas) dipahami sebagai variabel yang diyakini berperan sebagai penyebab atau memberikan pengaruh terhadap variabel lain. Sementara itu, variabel dependen

(variabel terikat) merupakan hasil atau efek yang dapat diamati dan diukur, yang diduga muncul karena pengaruh variabel independen.

Dalam konteks penelitian ini, penggunaan media sosial instagram ditetapkan sebagai variabel independen yang dibagi ke dalam tiga sub variabel, yaitu intensitas penggunaan media sosial, isi pesan, dan hubungan pengguna dengan isi pesan. Adapun variabel dependen yang ditetapkan adalah efektivitas dakwah.

### 1. Variabel Independen ( $x$ )

#### a. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada variabel ini dilakukan dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui pemberian sejumlah pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2024: 219). Penelitian ini menggunakan kuesioner yang disusun dalam bentuk pernyataan tertutup, sehingga responden hanya perlu memilih satu dari beberapa alternatif jawaban yang tersedia. Daftar pernyataan disusun menggunakan skala likert, dengan kategori jawaban serta skor yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (TS) = 2, Setuju (S) = 3, dan Sangat Setuju (SS) = 4.

#### b. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan batasan makna suatu variabel yang dirumuskan oleh peneliti berdasarkan kajian literatur, seperti jurnal,

buku, dan sumber ilmiah lainnya. Definisi ini menjadi acuan dalam merumuskan indikator yang digunakan pada tahap operasionalisasi variabel dalam penelitian (Sinambela, 2022: 56). Berikut adalah definisi konseptual variabel yang digunakan:

- 1) Intensitas penggunaan media sosial adalah tingkat keterlibatan perilaku individu dalam penggunaan media sosial (Rahmat, 2007: 69).
- 2) Isi pesan adalah informasi yang disampaikan melalui media (Ainunsiah et al., 2023: 292).
- 3) Hubungan pengguna dengan isi pesan adalah hubungan yang terbentuk dari kepuasan pengguna terhadap pesan yang disampaikan di media (Fauziyyah & Trigartanti, 2015: 397).

c. Definisi Operasional

Definisi operasional dipahami sebagai penetapan batasan yang mennguraikan karakteristik khusus dari sebuah variabel, dengan tujuan agar dapat diperoleh instrumen pengukuran yang sejalan dengan konsep variabel yang digunakan. Definisi operasional beserta indikator yang digunakan dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Intensitas Penggunaan Media Sosial
  - a) Frekuensi adalah tingkat keterulangan atau jumlah pengulangan suatu aktivitas dilakukan individu tertentu, khususnya dalam

mengakses atau menonton konten dakwah dalam jangka waktu tertentu. Indikator yang digunakan yaitu frekuensi harian menonton konten dakwah.

- b) Durasi adalah waktu yang dihabiskan individu dalam mengakses atau menonton konten dakwah, yang diukur dalam satuan menit atau jam. Indikator yang digunakan yaitu: lama waktu menonton konten dakwah, konsistensi menonton konten dakwah dan lama waktu kunjungan profil.

2) Isi Pesan

- a) Kejelasan pesan adalah penyampaian pesan menggunakan bahasa yang lugas, serta mudah dipahami tanpa menimbulkan kerumitan. Indikator yang digunakan yaitu: kemudahan pemahaman pesan dan pemahaman terhadap istilah yang digunakan.
- b) Kelengkapan pesan adalah penyampaian pesan secara utuh dan lengkap (dengan data serta penjelasan pendukung). Indikator yang digunakan yaitu: penggunaan dalil yang relevan, pemaparan dalil dengan jelas, dan pemberian contoh aplikatif.
- c) Aktualitas pesan adalah penyampaian pesan dengan menyajikan informasi yang baru, relevan, atau belum diketahui oleh khalayak. Indikator yang digunakan yaitu kesesuaian isi dengan isu aktual dan kemampuan memberi pengetahuan baru.

### 3) Hubungan Pengguna dengan Isi Pesan

Kepuasan pengguna merupakan perasaan atau evaluasi positif pengguna setelah mengonsumsi pesan yang sesuai dengan minat, harapan, atau kebutuhan mereka. Indikator yang digunakan yaitu: kepuasan terhadap konten dakwah, merekomendasikan kepada orang lain, apresiasi pengguna, antusiasme pengguna, dan relevansi personal.

#### d. Kisi-Kisi Instrumen

Sugiyono (2019: 156) menyatakan bahwa instrumen penelitian adalah sarana yang dimanfaatkan untuk mengukur hal-hal yang diamati. Kisi-kisi instrumen berfungsi sebagai pedoman dalam menyusun pernyataan-pernyataan dalam instrumen penelitian. Berikut adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan pada variabel ini:

**Tabel 3.1. Kisi-Kisi Instrumen Kuesioner Variabel Independen**

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah
1.	<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial</b>	Frekuensi	Intensitas harian menonton konten dakwah	1	1
		Durasi	Lama waktu menonton konten dakwah	2	1
			Konsistensi menonton konten dakwah	3	1
			Lama waktu kunjungan profil	4	1
2.	<b>Isi Pesan</b>	Kejelasan Pesan	Kemudahan pemahaman pesan	5	1
			Pemahaman istilah yang digunakan	6	1
		Kelengkapan Pesan	Penggunaan dalil yang relevan	7	1

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah
3.	<b>Hubungan Pengguna dengan Isi Pesan</b>		Pemaparan dalil dengan jelas	8	1
			Pemberian contoh aplikatif	9	1
		Aktualitas Pesan	Kesesuaian isi dengan isu actual	10	1
			Kemampuan memberi pengetahuan baru	11	1
		Kepuasan Pengguna	Kepuasan terhadap konten	12	1
			Merekomendasikan kepada orang lain	13	1
			Apresiasi pengguna	14	1
			Antusiasme pengguna	15	1
			Relevansi personal	16	1

e. Rancangan Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai ketepatan item-item pernyataan dalam instrumen penelitian (Sujarweni & Utami, 2019: 67). Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, dalam artian bahwa data yang dikumpulkan akurat dan relevan dengan konstruk yang diukur (Sugiyono, 2019: 175). Salah satu metode yang sering digunakan untuk menguji validitas adalah uji korelasi *Pearson Product Moment* yang dijalankan pada perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) di windows. Kevalidan instrumen diukur dengan membandingkan nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) dengan nilai kritis ( $r_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5%.

Jika nilai  $r_{hitung}$  melebihi  $r_{tabel}$ , item yang terdapat dalam instrument dinyatakan valid.

## 2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai keandalan suatu instrumen penelitian dalam menyediakan data yang tetap konsisten dan stabil, khususnya terkait penyukuran konstruk pernyataan yang ada. Metode umum yang diterapkan untuk menguji reliabilitas adalah uji *Cronbach's Alpha*, dilakukan menggunakan SPSS di sistem operasi *windows*, dengan memperhatikan koefisien yang diperoleh. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melebihi 0,70, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel (Sujarweni & Utami, 2019: 68).

## 2. Variabel Dependen (y)

### a. Metode Pengumpulan Data

Pada variabel ini, pengumpulan data dilakukan menggunakan instrumen penelitian berupa kuesioner. Sugiyono (2024: 219) menyatakan bahwa kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan sejumlah pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dalam penelitian ini dirancang dalam bentuk pernyataan tertutup, sehingga responden hanya diminta memilih salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan. Instrumen tersebut disusun berdasarkan skala likert dengan kategori jawaban

berserta skor yaitu Sangat Tidak Setuju (STS) = 1, Tidak Setuju (TS) = 2, Setuju (S) = 3, dan Sangat Setuju (SS) = 4.

b. Definisi Konseptual

Definisi konseptual digunakan untuk menjelaskan batasan makna suatu variabel yang dirumuskan peneliti berdasarkan kajian literatur. Definisi ini berfungsi sebagai dasar dalam penyusunan indikator yang digunakan pada tahap operasionalisasi variabel (Sinambela, 2022: 56). Adapun definisi konseptual dari variabel efektivitas dakwah adalah tingkat keberhasilan suatu aktivitas dakwah dalam mencapai tujuan yang diharapkan (Rahmawati, 2022: 59).

c. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan batasan yang dirumuskan untuk menjelaskan karakteristik khusus dari suatu konsep variabel, sehingga dapat dirumuskan alat ukur yang sesuai dengan konsep variabel yang telah disusun. Efektivitas dakwah diukur berdasarkan 5 dimensi efektivitas komunikasi menurut Tubbs & Moss (1996: 23-28) sebagai berikut:

- 1) Pemahaman merupakan tingkat pemahaman *mad'u* terhadap isi pesan. Indikator yang diukur yaitu pemahaman terhadap tujuan komunikasi dakwah dan pemahaman terhadap substansi dakwah.
- 2) Kesenangan merupakan kemampuan pesan dalam menimbulkan perasaan positif, yaitu senang (bahagia atau gembira). Indikator

yang diukur yaitu: ketertarikan personal, mampu menghibur dan kemenarikan gaya komunikasi.

- 3) Mempengaruhi sikap merupakan kemampuan pesan dalam mendorong *mad'u* untuk mengikuti ajaran Islam, yang dilakukan secara persuasif. Indikator yang diukur yaitu: mendorong transformasi moral, ketertarikan spiritual, dan perubahan pemikiran.
- 4) Hubungan sosial yang baik merupakan kualitas interaksi antara da'i dengan *mad'u* melalui media dakwah sehingga terbentuk hubungan yang positif dan penuh percaya. Indikator yang diukur yaitu: responsif terhadap pertanyaan, responsif terhadap komentar, dan mampu membangun kepercayaan.
- 5) Tindakan merupakan realisasi dari pesan dalam bentuk tindakan nyata yang dilakukan *mad'u*. Indikator yang diukur yaitu implementasi pesan dakwah dan peningkatan ibadah.

d. Kisi-Kisi Instrumen

Instrumen penelitian adalah alat yang berfungsi untuk mengukur sesuatu yang menjadi fokus pengamatan (Sugiyono, 2019: 156). Kisi-kisi instrumen berfungsi sebagai panduan dalam menyusun butir-butir pernyataan dalam instrumen penelitian. Adapun kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk variabel ini disajikan sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Kisi-Kisi Instrumen Kuesioner Variabel Dependen**

No.	Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item	Jumlah
1.	Efektivitas Dakwah	Pemahaman	Pemahaman terhadap tujuan komunikasi dakwah	17	1
			Pemahaman terhadap substansi dakwah	18	1
		Kesenangan	Ketertarikan personal	19	1
			Mampu menghibur	20	1
			Kemenarikan gaya komunikasi	21	1
		Mempengaruhi sikap	Mendorong transformasi moral	22	1
			Ketertarikan spiritual	23	1
			Perubahan pemikiran	24	1
		Membangun hubungan sosial yang baik	Responsif terhadap pertanyaan	25	1
			Responsif terhadap komentar	26	1
			Pemanfaatan konten dakwah sebagai sumber beragama	27	1
		Tindakan	Implementasi pesan dakwah	28	1
			Peningkatan ibadah	29	1

e. Rancangan Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan tujuan untuk menilai ketepatan item-item pernyataan dalam instrumen penelitian (Sujarweni & Utami, 2019: 67). Suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang seharusnya diukur, dalam artian bahwa data yang dikumpulkan akurat dan relevan dengan konstruk yang diukur (Sugiyono, 2019: 175). Salah satu metode yang sering digunakan

untuk menguji validitas adalah uji korelasi *Pearson Product Moment* yang dijalankan pada perangkat lunak *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) di *windows*. Kevalidan instrumen diukur dengan membandingkan nilai korelasi ( $r_{hitung}$ ) dengan nilai kritis ( $r_{tabel}$ ) dengan taraf signifikansi yang digunakan sebesar 5%. Jika nilai  $r_{hitung}$  melebihi  $r_{tabel}$ , item yang terdapat dalam instrument dinyatakan valid.

## 2) Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas bertujuan untuk menilai keandalan suatu instrumen penelitian dalam menyediakan data yang tetap konsisten dan stabil, khususnya terkait penyukuran konstruk pernyataan yang ada. Metode umum yang diterapkan untuk menguji reliabilitas adalah uji *Cronbach's Alpha*, dilakukan menggunakan SPSS di sistem operasi *windows*, dengan memperhatikan koefisien yang diperoleh. Jika koefisien *Cronbach's Alpha* yang diperoleh melebihi 0,70, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel (Sujarweni & Utami, 2019: 68).

## E. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan prosedur sistematis yang dijalankan sampai pada pengujian hipotesis yang telah diajukan. Kegiatan analisis data meliputi pengelompokan dan penggabungan data menurut variabel dan kategori responden, disertai perhitungan yang diperlukan untuk menilai konstruk dan

menguji hipotesis. Agar data yang dikumpulkan dapat menjadi dasar pengambilan keputusan, perlu dilakukan pengolahan dan analisis. Berikut ini adalah teknik analisis data yang digunakan:

### 1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis statistik deskriptif adalah teknik untuk mengolah data dari sampel yang tersedia dan menyajikannya tabel atau grafik, tanpa melakukan generalisasi terhadap populasi (Subando, 2021: 12). Statistik deskriptif menggambarkan berbagai karakteristik data melalui sejumlah ukuran seperti *mean*, median, modus, kuartil, varian, standar deviasi, nilai minimal dan maksimal, serta grafik (Sujarwani & Utami, 2019: 29).

Tujuan analisis statistik deskriptif adalah untuk mengidentifikasi pola atau kecenderungan data dalam penelitian melalui penjelasan terhadap nilai-nilai yang dimiliki setiap variabel. Setiap variabel dianalisis untuk mengetahui pemasaran data melalui beberapa langkah berikut:

a. *Range* dihitung dengan rumus:

Skor Maksimal dikurangi Skor Minimal

b. Jumlah kelas ditentukan dengan melihat banyaknya kategori yang digunakan. Penelitian ini menetapkan 4 kategori, yaitu Sangat Rendah, Rendah, Tinggi, dan Sangat Tinggi.

c. Panjang interval dihitung dengan membagi *Range* dengan Jumlah Kelas.

d. Selanjutnya, dibuat tabel distribusi frekuensi berdasarkan perhitungan tersebut.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Uyanto (2009: 243) mendefinisikan analisis regresi linear berganda sebagai teknik yang dipergunakan untuk mengetahui pengaruh beberapa variabel independen terhadap satu variabel dependen, serta memperkirakan nilai variabel dependen berdasarkan nilai variabel independen yang bersangkutan. Ghozali (2016: 82) menyatakan bahwa analisis regresi linear berganda bertujuan untuk menilai pengaruh lebih dari dari satu variabel independen serta menggambarkan arah pengaruhnya terhadap variabel dependen.

Dalam penelitian ini, analisis regresi linear berganda diperlukan untuk mengetahui besaran pengaruh penggunaan media sosial yang meliputi intensitas penggunaan media sosial, isi pesan, dan hubungan pengguna dengan isi pesan, terhadap efektivitas dakwah. Berikut adalah model persamaan regresi berganda yang akan digunakan (Sujarweni & Utami, 2019: 141):

$$y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan:

$y$  : Variabel Dependen

$x$  : Variabel Independen

$\alpha$  : Konstanta

$b$  : Koefesien Regresi

## F. Uji Prasyarat

Analisis regresi linier berganda memerlukan serangkaian pengujian yang disebut uji asumsi klasik sebelum menguji hipotesis, sebagai bagian dari persyaratan statistik yang wajib dipenuhi berdasarkan prinsip *Ordinary Least Square* (OLS). Model regresi linear berganda dianggap baik apabila mampu menghasilkan estimasi yang tepat, tidak bias dan konsisten, berdistribusi normal, serta tidak melanggar asumsi klasik seperti multikolinearitas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi (khususnya pada data *time series*) (Sujarweni & Utami, 2019: 181). Berikut adalah langkah-langkah uji prasyarat yang diterapkan:

### 1. Uji Normalitas

Dalam pengujian hipotesis regresi linier berganda, salah satu persyaratan yang harus dipenuhi adalah normalitas residual dari variabel yang akan diregresikan (Sujarweni & Utami, 2019: 171). Tujuan uji normalitas adalah untuk menentukan apakah residual dari model regresi mengikuti sebaran distribusi normal. Metode yang sering digunakan adalah uji *Kolmogorov-Smirnov*. Pelaksanaan uji ini melibatkan perbandingan distribusi residual terhadap distribusi normal. Jika nilai signifikansi  $> 0,05$ , maka residual dianggap berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

## 2. Multikolinearitas

Model regresi yang baik adalah model yang terbebas dari masalah multikolinearitas. Uji multikolinearitas diperlukan untuk mendeteksi apakah terdapat variabel independen yang memiliki kesamaan satu sama lain, yang dapat menyebabkan korelasi yang sangat kuat antar variabel (Sujarweni & Utami, 2019: 164). Cara untuk mengidentifikasi multikolinearitas adalah dengan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Nilai VIF yang berada antara 1 sampai kurang dari 10 menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah multikolinearitas.

## 3. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas diperlukan untuk mengetahui apakah varians residual berbeda antara satu periode pengamatan dengan periode pengamatan lainnya dalam model regresi (Sujarweni & Utami, 2019: 166). Tujuan utama uji ini adalah untuk memastikan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastisitas), sehingga model regresi dapat menghasilkan estimasi yang efisien dan valid. Model regresi dikatakan baik apabila tidak mengalami masalah heteroskedastisitas. Uji heteroskedastisitas dapat dilakukan menggunakan uji *Glejser*, dengan meregresikan nilai *Absolute Residual* (*Abs\_Res*) terhadap variabel independen. Ketika nilai signifikansi yang diperoleh melebihi 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas.

## G. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan proses untuk menilai apakah hipotesis yang diajukan peneliti terbukti atau tidak. Pengujian ini bertujuan untuk mengambil keputusan terkait penerimaan atau penolakan hipotesis. Prosedur uji hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Uji T

Uji T bertujuan untuk menilai pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Pengujian dapat dilakukan dengan membandingkan nilai  $t_{hitung}$  dengan nilai  $t_{tabel}$ , atau melihat nilai signifikansi. Apabila nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  atau nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen terbukti secara parsial.

### 2. Uji F

Uji F diperlukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara simultan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai  $f_{hitung}$  dengan  $f_{tabel}$ , atau melihat nilai signifikansi. Jika nilai  $f_{hitung}$  melebihi  $f_{tabel}$  dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh simultan variabel independent terhadap variabel dependen terbukti.

### 3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) berfungsi untuk mengukur besaran proporsi variasi pada variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independent. Hal ini ditunjukkan oleh nilai *R-Square* pada tabel model *summary* (Ghozali, 2016: 97). Secara umum, nilai  $R^2$  berada diantara 0 hingga 1 ( $0 < R^2 < 1$ ).

- a. Jika  $R^2$  bernilai minus atau negatif, maka tidak ada pengaruh antar variabel.
- b. Ketika nilai  $R^2$  rendah, kemampuan variabel independen untuk menjelaskan variasi variabel dependen menjadi sangat terbatas, sehingga pengaruhnya lemah.
- c. Ketika nilai  $R^2$  semakin mendekati satu, maka semakin besar kontribusi variabel independen dalam memperkirakan variasi variabel dependen, yang berarti pengaruhnya kuat.