

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dikemukakan di atas, maka peneliti berusaha untuk mendapatkan informasi dan hasil uji mengenai efektivitas platform TikTok sebagai Media Dakwah dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi Mahasiswa/i FDIK Uin Antasari 2020-2022, sehingga penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statistik, menaksir dan memutuskan hipotesis penelitian. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Desain bersifat spesifik dan detail karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilaksanakan sebenarnya.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif, Penelitian deskriptif merupakan penelitian paling sederhana, dibandingkan dengan penelitian-penelitian yang lain karena dalam penelitian ini peneliti tidak melakukan apa-apa terhadap objek atau wilayah yang diteliti. Ini

artinya bahwa dalam penelitian, peneliti tidak mengubah, menambah, atau mengadakan manipulasi terhadap objek atau wilayah penelitian. Dan jenis dari penelitian deskriptif yang peneliti gunakan adalah penelitian korelasi sebab akibat dimana untuk mengetahui efektivitas penggunaan platform TikTok sebagai Media dakwah yang terhadap Perilaku Beragama. Data yang akan dianalisis didapat dari penyebaran kuesioner kepada responden yaitu mahasiswa/i FDIK Uin Antasari angkatan 2020-2022.

C. Variabel Penelitian

Variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Adapun yang menjadi variabel dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel Bebas (Independen)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi variabel dependen, baik yang pengaruhnya positif maupun yang pengaruhnya negatif. Variabel independen adalah variabel bebas yang dalam hubungannya dengan variabel lain bertindak sebagai penyebab atau variabel yang mempengaruhi variabel dependen. Ada juga yang menyebut variabel ini dengan nama variabel pendorong dan variabel masukan yang sering disebut sebagai predictor. Variabel ini dilambangkan dengan X. Pada penelitian ini, terdapat satu variabel bebas yaitu efektivitas platform TikTok.

2. Variabel Terikat (Dependen)

Variabel dependen adalah variabel yang menjadi pusat perhatian penelitian. Dalam script analysis, nuansa sebuah masalah tercermin dalam variabel dependen. Variabel dependen dipengaruhi oleh variabel lain, atau variabel yang tergantung dengan variabel lain. Variabel dependen sering disebut juga dengan variabel respon atau akibat. Variabel ini dilambangkan dengan huruf Y. Pada penelitian ini terdapat satu variabel terikat yaitu perilaku beragama.

D. Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini berada di UIN Antasari terkhusus mahasiswa/i Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi 2020-2023 yang merupakan pengguna platform TikTok, dimana kampus ini adalah salah satu kampus yang ingin diteliti oleh peneliti terkait dengan masalahnya.

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah seluruh objek atau subjek yang ada di wilayah tertentu yang menunjukkan ketentuan yang berkenaan dengan masalah penelitian, atau seluruhnya atau perindividu dalam lingkungan yang akan digunakan untuk penelitian. Pada penelitian ini, populasi digunakan peneliti adalah Mahasiswa/i FDIK Uin Antasari 2020-2022, dari 3 angkatan terdapat jurusan, Komunikasi Penyiaran Islam, Manajemen Dakwah, dan Bimbingan Penyuluhan Islam, dengan jumlah keseluruhan 816 mahasiswa/i.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi atau jumlah lebih sedikit dari populasi. Metode yang digunakan adalah probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Pengambilan sampel dilakukan secara *Cluster sampling*. Metode *cluster sampling* yang dimana pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Survei ini dilakukan terhadap responden yang berstatus mahasiswa FDIK Uin Antasari angkatan 2020-2022.

Tabel 3.1 jumlah mahasiswa/i fdik uin antasari 2020-2022.

Jurusan	Angkatan	Jumlah
Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)	2020	123 orang
	2021	97 orang
	2022	109 orang
Manajemen Dakwah (MD)	2020	99 orang
	2021	111 orang
	2022	101 orang
Bimbingan Penyuluhan Islam (BPI)	2020	60 orang
	2021	60 orang
	2022	56 orang

TOTAL : 816 orang

Pengambilan sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimal yang

Adapun perhitungannya sebagai berikut :

Diketahui :

n = ?

N = 816 mahasiswa

e = 10%

$$n = \frac{816}{1 + 816 \times (10\%)^2}$$

$$n = \frac{816}{1 + 816 \times (0,1)^2}$$

$$n = \frac{816}{1 + 816 \times (0,01)}$$

$$n = \frac{816}{1 + (8,16)}$$

$$n = \frac{816}{9,16}$$

$$n = 89,0829694323$$

Dibulatkan menjadi 90

$n = 90$, jadi sampel untuk penelitian ini adalah 90 sampel.

90 sampel diambil dari 3 jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Manajemen Dakwah, Bimbingan dan Penyuluhan Islam dari 3 angkatan 2020-2022. Menggunakan metode *Cluster sampling* yang berarti pengambilannya dibagi dari jumlah mahasiswanya, pembagiannya dari Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam 50%, Manajemen Dakwah 30%, Bimbingan dan Penyuluhan Islam 20%.

F. Sumber Data dan Data

Sumber data yang didapatkan pada penelitian ini adalah data hasil jawaban para responden dengan menggunakan tes kuesioner sebagai alat pengendalian data.

Data Primer : Adalah pokok yang menunjukkan jawaban dari masalah yang diteliti yaitu mencakup Efektivitas platform tiktok sebagai media dakwah dalam mempengaruhi perilaku beragama bagi Mahasiswa/I FDIK Uin Antasari 2020-2022.

Data Sekunder : Adalah data yang memiliki fungsi sebagai pelengkap dari data primer yang biasanya sudah terbentuk berupa dokumen-dokumen, sumber internet, dan literatur yang berkaitan terhadap penelitian ini.

G. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang diperlukan pada penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui internet.⁴³ Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berupa pertanyaan maupun pernyataan melalui Google Form mengenai efektivitas platform tiktok sebagai media dakwah pada Mahasiswa/i FDIK Uin Antasari 2020-2022.

2. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang mana peneliti melakukan pengamatan langsung pada obyek penelitian yaitu pengamatan langsung pada mahasiswa/i FDIK Uin Antasari angkatan 2020-2022.

a. Kisi-kisi Kuesioner

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Instrumen Kuesioner Penelitian

Variabel	Teori	Indikator	Definisi Operasional	Butir Soal
Variabel X Penggunaan Platform TikTok	Teori Keterpaparan (Exposure Theory) adalah salah satu teori yang menyatakan bahwa semakin sering seseorang	Frekuensi Pemaparan	1. Seberapa sering seseorang terpapar pada pesan atau informasi yang dimaksud. Semakin sering seseorang terpapar pada pesan tertentu, semakin besar kemungkinan pesan tersebut mempengaruhi mereka.	2, 4, 6, 8, 17, 19 22, 24

⁴³ Sugiono, 219.

	terpapar pada suatu pesan atau informasi, semakin besar kemungkinan pesan tersebut akan mempengaruhi pikiran atau perilaku mereka. (Lazarsfeld, et al, 1940)	Durasi Pemaparan	2. Durasi pemaparan mengacu pada berapa lama seseorang terpapar pada pesan atau informasi tersebut. Durasi yang lebih lama biasanya meningkatkan kemungkinan pesan tersebut mempengaruhi pemikiran atau perilaku mereka.	21, 23, 25, 30, 41, 43, 45
		Kedalaman Pemaparan	3. Merujuk pada seberapa dalam seseorang memperhatikan atau memproses pesan tersebut ketika mereka terpapar padanya. Semakin dalam pemrosesan pesan, semakin besar pengaruhnya.	16, 18, 20, 42, 44, 55
		Intensitas Pemaparan	4. Intensitas pemaparan mengacu pada seberapa kuat atau berpengaruh pesan tersebut terhadap seseorang ketika mereka terpapar padanya. Intensitas yang lebih tinggi bisa membuat pesan lebih mempengaruhi.	5, 10, 12, 14, 26, 29, 66, 68
		Konteks Pemaparan	5. Konteks di mana seseorang terpapar pada pesan atau informasi juga penting. Misalnya, apakah mereka terpapar pada pesan itu sendiri atau apakah pesan tersebut disampaikan dalam konteks yang lebih luas seperti diskusi kelompok atau media massa.	11, 13, 15, 27, 28, 31, 33, 35, 43, 49
		Relevansi Pemaparan	6. Relevansi pesan atau informasi dengan kepentingan, nilai, atau kebutuhan individu juga bisa mempengaruhi seberapa besar pengaruhnya. Pesan yang lebih relevan cenderung memiliki dampak yang lebih besar.	36, 38, 40, 37, 39, 47, 51, 53
Variabel Y (Efektivitas Dakwah) perubahan perilaku beragama	Efektivitas dari sudut pandang komunikasi adalah suatu komunikasi dipandang efektif apabila komunikasi tersebut menimbulkan lima hal yaitu pemahaman, kesenangan, mengubah sikap, hubungan sosial	Pemahaman	1. Sebatas pemahaman meniru dakwah islam	1, 3, 46, 48, 50, 52
		Kesenangan	2. Kesenangan sebatas perasaan meniru dakwah islam	12, 14, 51, 54
		Mengubah sikap kearah yang di kehendaki	3. Memengaruhi sikap sebatas perilaku dan persuasif meniru dakwah islam	32, 34, 56, 57, 59, 58, 60
		Membangun hubungan sosial	4. Hubungan sosial yang baik sebatas interaksi meniru dakwah islam	61, 62, 63, 64, 65
		Menimbulkan Tindakan	5. Tindakan sebatas meniru dakwah islam.	7, 9, 20, 67, 69

	yang baik, dan tindakan. (Stewart, et al.)			
--	---	--	--	--

b. Skala Pengukuran

Ada lima opsi jawaban pada skala Likert yaitu, selalu (SL), sering (SR), kadang-kadang (KD), jarang (JR) dan tidak pernah (TP).

Tabel 3.3 Skala Likert

Skala	Skor
Selalu (SL)	4
Sering (SR)	3
Kadang-kadang (KK)	2
Jarang (JR)	1
Tidak Pernah (TP)	0

H. Pembakuan Instrumen

1. Uji Validitas

Validitas berasal dari kata Validity yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan suatu alat ukur dalam mengukur suatu data. (Sutanto Priyo Hastono, 2016, hal. 60) Validitas butir soal dihitung untuk mengetahui seberapa jauh hubungan antara jawaban suatu butir soal dengan skor total yang telah ditetapkan. Suatu soal dikatakan memiliki validitas tinggi jika skor pada soal tersebut mempunyai kesejajaran dengan skor total. Kesejajaran ini dapat diartikan korelasi, sehingga untuk mengetahui validitas soal dapat digunakan rumus *Kolerasi Product Moment*. Perhitungan uji validitas di dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 for windows.

2. Uji Realibilitas

Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama. (Sutanto Priyo Hastono, 2016, hal. 61) Uji reliabilitas ini hanya dilakukan terhadap butir-butir yang valid, yang diperoleh melalui uji validitas. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Cronbach's Alpha. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir. Perhitungan uji reliabilitas ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS 26 for windows.

I. Teknis Analisis Data

1. Uji Analisis Data

Deskripsi data merupakan definisi tentang data kasar. Deskripsi hendaknya digambarkan apa adanya, sehingga hasil apa yang ada di lapangan disajikan secara nyata. Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah dengan menggunakan teknik presentase dengan rumus formula C sebagai berikut:

$$p = \frac{\sum fb}{\sum n(i)(bi)} \times 100\%$$

Keterangan:

p= presentase yang dihitung

fb= jumlah bobot dari frekuensi data yang diperoleh

n = banyaknya data/ subjek

i = banyaknya item/ soal

b_i = bobot ideal

2. Uji Asumsi Statistik

Penelitian kuantitatif yang menggunakan analisis statistik parametrik atau inferensial perlu menggunakan pengujian asumsi statistik. Hal ini merupakan persyaratan yang harus dipenuhi yang bertujuan agar formula statistik dapat digunakan. Normalitas data, linearitas dan homogenitas varians merupakan asumsi statistic yang harus terpenuhi.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Adapun syarat uji normalitas adalah jika nilai sig. (2-tailed) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal dan bisa di lanjutkan menggunakan uji korelasi dan uji regresi linear sederhana.

b. Uji Linearitas

Uji lineritas adalah untuk mengetahui apakah antara variable tak bebas (Y) dan variable bebas (X) mempunyai hubungan linier. Adapun syarat uji linieritas sebagai berikut jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka variabel penelitian bersifat linear dan dapat dilanjutkan pada uji hipotesis menggunakan uji korelasi dan uji regresi linear sederhana.

c. Uji Kolerasi Sederhana

Koefisien korelasi sederhana digunakan untuk mengetahui derajat atau kekuatan dan arah hubungan antara dua variabel. Adapun prosedur

uji korelasi sederhana dengan menggunakan teknik statistic korelasi pearson product moment.

d. Uji Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (independent) dan satu variabel tak bebas (dependent). Selain itu, tujuannya adalah untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas(dependent) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (independent), Adapun prosedur uji regresi linier sederhana sebagai berikut :⁴⁴

H0 : Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi tingkat efektivitas dakwah oleh platform tiktok.

Ha : Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi tingkat efektivitas dakwah oleh platform tiktok.

3. Kriteria Penafsiran Persentase dan Efektivitas

Kriteria penafsiran rata-rata dari variabel X dan variabel Y menggunakan kriteria penafsiran persentase pada aspek kualitas, sebagai berikut:

Tabel 3.4 Interpretasi persentase

Persentase	Kualitas
89-100	Sangat Tinggi
80-88	Tinggi
41-59	Sedang
12-40	Rendah

⁴⁴ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), 379-381.

< 12	Sangat Rendah
------	---------------

Penafsiran pengaruh bertujuan untuk mengetahui besarnya efektivitas variabel X terhadap variabel Y. Kriteria penafsiran pengaruh dijelaskan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.5 Kriteria Efektivitas Parsial X Tunggal

No	Nilai Determinasi	Tafsiran
1	0,00- 0,04	Sangat Lemah
2	0,05- 0,16	Rendah tapi pasti
3	0,17- 0,49	Cukup Kuat
4	0,50- 0,81	Tinggi atau kuat
5	0,82- 1,00	Sangat tinggi atau sangat kuat