

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode atau jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif.¹ Penelitian kuantitatif merupakan metode-metode yang digunakan untuk menguji teori tertentu dengan meneliti hubungan antar variabel. yang dapat dianalisis secara statistik atau berupa angka. Menurut Azwar, pendekatan kuantitatif dilakukan penelitian untuk menguji hipotesis dan menyandarkan kesimpulan, hasilnya menunjukkan bahwa kemungkinan kesalahan penolakan hipotesis nihil.²

Sugiyono berpendapat bahwa penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan menguji sebuah hipotesis yang telah ditentukan.³ Penelitian ini digunakan dengan metode penelitian kuantitatif, metode kuantitatif adalah apabila data yang dikumpulkan berupa data kuantitatif atau jenis data lain yang dapat di kuantitatifkan dan diolah dengan sebuah teknik statistic

Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana sebagai teknik analisis data. Menurut Muhidin dan Abdurrahman, analisis regresi linear sederhana digunakan untuk memeriksa hubungan antara satu variabel bebas dan satu variabel terikat, terutama untuk memastikan apakah pola hubungan

¹ A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 328, cet. 4.

² Azwar, S. 2012. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar

³ Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methode)*. (Bandung: Alfabeta)

memiliki hubungan yang utuh dan untuk menentukan bagaimana variabel bebas mempengaruhi variabel terikat.⁴

Variabel penelitian ini mengacu pada pendekatan *Uses and Gratification Theory* yang menyatakan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan sosial, informasi, hiburan, dan identitas diri, mereka aktif memilih dan menggunakan media berdasarkan kebutuhan mereka.⁵

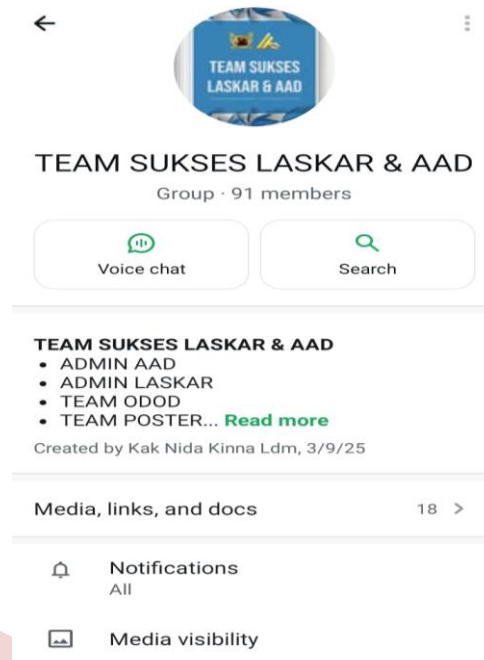
B. Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan penelitian pada dua komunitas *online* di *Instagram* yaitu pada komunitas @Laskardakwahmilenial_ dan @sahabatfisabilillah. Komunitas Laskar Dakwah Milenial merupakan komunitas yang aktif di *Instagram* yang bertujuan untuk menyebarkan dakwah Islam dalam ruang lingkup *virtual*. Komunitas ini memiliki 4.430 *followers* aktif dan komunitas ini terbentuk sejak tahun 2021. Agar hasil lebih maksimal peneliti mengambil populasi komunitas Laskar Dakwah Milenial berjumlah 91 anggota aktif dalam grup *WhatsApp* yang bernama Tim Sukses Laskar.

⁴Abdurahman, Maman dan Sambas Ali Muhidin. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. (Bandung: CV Pustaka Setia, 2017)

⁵ Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). "Uses and Gratifications Research." *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523

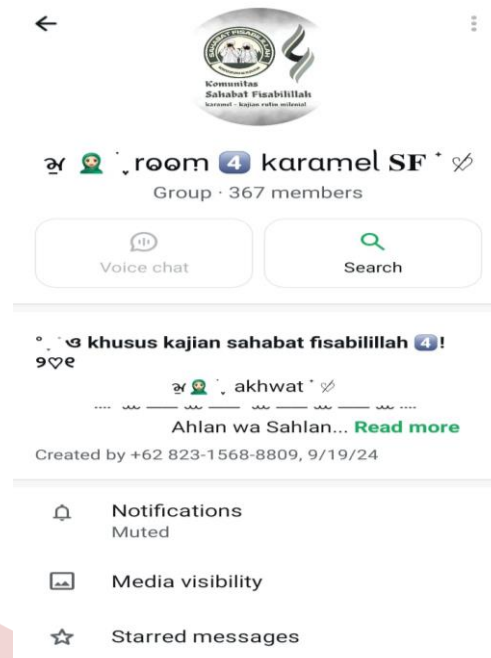
Gambar 3. 1 Komunitas Laskar Dakwah Milenial



Sumber: Grup Chat komunitas Laskar Dakwah Milenial 2025

Komunitas Sahabat Fisabilillah merupakan komunitas *online* yang bergerak untuk dakwah Islam. Komunitas ini aktif di *Instagram* dengan 19,2 ribu jumlah *followers*, komunitas ini terbentuk sejak tahun 2020 sampai sekarang. Agar hasil lebih maksimal peneliti mengambil populasi komunitas Sahabat Fisabilillah berjumlah 367 anggota aktif yang tergabung dalam grup chat yang bernama Room 4 karamel SF. Berikut adalah gambaran populasi komunitas sahabat fisabilillah.

Gambar 3. 2 Komunitas Sahabat Fisabilillah



Sumber: Grup Chat komunitas Sahabat Fisabilillah 2025

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono populasi adalah area generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang digunakan oleh peneliti untuk di pelajari dan di ambil kesimpulannya.⁶

Jadi yang dimaksudkan dengan populasi adalah jumlah keseluruhan dari semua objek atau individu yang memiliki karakteristik tertentu, jelas dan lengkap sesuai dengan yang akan diteliti. Populasi pada penelitian ini atau disebut juga sumber data utama yang didapat secara langsung dari objek

⁶ Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta), hlm. 117

penelitian yang menjadi populasinya adalah semua orang yang aktif berinteraksi dan berpartisipasi dalam komunitas dan memiliki *Instagram*. Agar hasil lebih maksimal peneliti mengambil populasi komunitas Laskar Dakwah Milenial berjumlah 91 orang dalam grup *WhatsApp* yang bernama Tim Sukses Laskar dan komunitas Sahabat Fisabilillah berjumlah 367 orang. Maka jika ditotalkan terdapat 458 orang yang dapat dijadikan populasi sebagai anggota aktif komunitas online. Jumlah tersebut akan menjadi jumlah populasi pada penelitian ini. Untuk itu supaya lebih mengetahui dan mudah dipahami dapat dilihat pada gambar 3.2 di bawah ini:



Sumber: Grup Chat komunitas Laskar Dakwah Milenial & Sahabat Fisabilillah 2025

2. Sampel

Keseluruhan objek yang akan diteliti itu merupakan populasi sedangkan sampel merupakan bagian tertentu dari keseluruhan objek yang akan diteliti⁷. Menurut Sugiyono, sampel merupakan jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi penelitian tersebut⁸. Dalam hal ini, dapat peneliti simpulkan, bahwa sampel itu adalah sebahagian jumlah dari karakteristik populasi atau bagian yang akan menjadi sebuah objek sesungguhnya dari sebuah penelitian tersebut. Dengan makna yang diberikan bahwa sampel ini adalah sebuah titik terang dalam sebuah penelitian yang akan diteliti.

Tujuannya yaitu untuk mengambil sebuah kesimpulan bagian sebuah penelitian yang akan di berlakukan untuk populasi tersebut. Itulah mengapa sebuah sampel yang di ambil dari populasi harus benar-benar mewakili.

Pengambilan sampel pada responden menggunakan teknik sampling atau teknik pengambilan sampel yaitu *Non Probability Sampling*. Teknik *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama untuk semua unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. pengambilan sampelnya dengan teknik *Insidental Sampling* karna teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*Insidental*) bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel penelitian, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data.

⁷ Sulisty-Basuki. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia

⁸ Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Peneliti membatasi dengan memilih followers *Instagram* dua komunitas ini dari grup chat komunitas yang aktif. Berdasarkan pengamatan peneliti dari Januari – Juni 2025 terdapat total 458 anggota aktif dari dua komunitas ini. Untuk penentuan jumlah sampel maka digunakan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dengan pendekatan kuantitatif ketika populasi diketahui, namun peneliti tidak mampu menjangkau seluruhnya karena keterbatasan waktu, biaya, atau sumber lainnya. Rumus ini menggunakan parameter tingkar kesalahan (e) dan total populasi (N) sebagai dasar perhitungan. Yang mana rumus tersebut, adalah sebagai berikut:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = nilai kritis (batasan ketelitian) yang diinginkan persen kelonggaran ketidaktelitian karena sebuah kesalahan penarikan sebuah sampel yang masih dapat ditolerir atau yang diinginkan yaitu 10% (tingkat kesalahan yang ditoleransi).

Oleh karena itu untuk mengetahui hasil dan sampel penelitian tersebut adalah sebagai berikut :

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

$$n = \frac{458}{1 + 458 (0,1)^2}$$

$$= 82.079 = 83 \text{ responden.}$$

Dari penjelasan di atas, maka peneliti telah mendapatkan sebuah jawaban sementara tentang sebuah sampel penelitian tersebut adalah berjumlah sebanyak 83 responden.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan menggunakan *Non probability sampling*. Pengambilan sampel pada responden menggunakan teknik sampling atau teknik pengambilan sampel *Non Probability Sampling*. Teknik *Non Probability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama untuk semua unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. pengambilan sampelnya dengan teknik *Insidental Sampling* karna teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan (*Insidental*) bertemu dengan peneliti maka dapat digunakan sebagai sampel penelitian, bila dipandang orang yang ditemui itu cocok sebagai sumber data. pengambilan data anggota sebanyak 83 dari 458 populasi dilakukan secara kebetulan di batasi dalam grup chat komunitas.

D. Definisi Operasional

Definisi operasional adalah spesifikasi kegiatan peneliti dalam mengukur atau melihat suatu variabel. Definisi operasional memberikan sebuah batasan atau arti dari suatu variabel dengan merinci dengan hal yang harus dikerjakan oleh peneliti untuk mengukur variabel tersebut. Jadi secara pengertian dapat peneliti jelaskan bahwa definisi operasional itu merujuk pada penjelasan suatu

variabel yang akan diteliti atau menggambarkan sebuah cara tentang mengukur suatu variabel yang sedang diteliti.

Perlu dijelaskan bahwa dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua variabel yaitu: Penggunaan media sosial Instagram (X) dan Partisipasi anggota komunitas (Y). Maka adapun beberapa pembagian tentang sebuah variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. **Variabel bebas** (*Independent Variable*)

Variabel bebas adalah sebuah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab terjadinya sebuah perubahan variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini, yang menjadi sebuah variabel bebas (*independent*) adalah Penggunaan media sosial *Instagram* (X).

Dalam penelitian ini adapun yang menjadi indikator nya pada variabel penggunaan *Instagram* adalah Mencari informasi, hiburan, ekspresi diri, dan interaksi sosial, beberapa alasan Instagram digunakan, menurut Sheldon dan Bryant sebagai berikut:

- a. Penggunaan Informasi: Mendapatkan informasi tentang frekuensi individu dalam Penggunaan *Instagram*

Indikator: frekuensi penggunaan *Instagram*

- b. Penggunaan Hiburan (*Intertainment Use*): Penggunaan *Instagram* sebagai hiburan atau membaca informasi komunitas.

Indikator: penggunaan *Instagram* sebagai media hiburan atau bermanfaat dengan membaca informasi dakwah dan menonton video edukatif.

- c. Interaksi Sosial (*Sosial Interaction*): Berinteraksi dengan anggota kelompok.

Indikator: ikut terlibat komunikasi dengan anggota, memberikan respon pada postingan komunitas, seperti Like, Koment, atau tegur sapa secara virtual.

- d. Ekspresi Diri (*Self-expression*): Menjadi bagian dari komunitas dakwah dengan menunjukkan identitas diri.

Indikator: Mengunggah konten dakwah pribadi dengan hashtag komunitas.⁹

2. Variabel terikat (dependent Variable)

Dalam penelitian ini yang menjadi sebuah variabel terikat adalah Partisipasi anggota komunitas (Y). partisipasi anggota adalah sebuah variabel yang akan dijelaskan atau diprediksi oleh peneliti. Dalam penelitian ini adapun yang menjadi indikator nya pada variabel Partisipasi anggota komunitas (Y) yaitu sebagai berikut :

- a. Partisipasi Aktif

Indikator: Komentar, diskusi, ikut membangun percakapan dakwah

- b. Partisipasi Pasif

Indikator: mengamati konten tanpa ikut partisipasi

- c. Partisipasi Sosial

Indikator: Memberi dukungan, doa dan menebar salam

⁹ Sheldon, P., & Bryant, K. (2016). *Instagram: Motives for its use and relationship to narcissism and contextual age*. Computers in Human Behavior, 58, 89–97.

d. Ikatan Emosional

Indikator: Rasa memiliki, rasa aman, damai dalam komunitas

e. Konsisten beragama

Indikator: Aktif dan konsisten dalam mengikuti kegiatan komunitas

f. Kontribusi Dakwah

Indikator: Ikut membagikan, menyebarkan informasi komunitas.

E. Sumber Data Penelitian

Menurut V. Wiratna Sujarweni, menyebutkan bahwa sumber data menjadi subjek darimana data tersebut di peroleh. Jenis data yang dimanfaatkan terdiri dari data primer dan data sekunder.¹⁰ Sebagai contoh, bahwa peneliti menggunakan kuisioner sebagai sebuah alat dalam proses pengambilan data. Maka dari sebuah jawaban yang telah diberikan narasumber, akan menjadi sebuah acuan yang dapat menjadikan sebuah jawaban bagi seseorang yang sedang meneliti. Dalam sebuah penelitian, sumber data secara umum mencakup asal usul data yang diperlukan dalam suatu penelitian, yang man melibatkan sebuah kombinasi antara data primer dan data sekunder.¹¹

Maka dari itu yang akan menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data perimer adalah sebuah informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya kemudian di olah oleh yang bersangkutan untuk keperluan internal. Artinya untuk memperoleh data tersebut melalui

¹⁰ Sujarweni, V. W. (2014). Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press

¹¹ Hastuti, D. (2021). Metode Penelitian. Jakarta: Penerbit Andi

narasumber yang ditanya, sehingga dengan jawaban yang ia berikan, maka akan cukup mudah bagi seorang peneliti dalam mengolah data dan mendeskripsikan apa yang terjadi di lapangan. Yang mana peneliti akan memperoleh jawaban yang lebih kompleks dibandingkan dengan memperoleh data sekunder.

Dalam penelitian ini peneliti secara langsung memperoleh data sekunder dari salah satu admin dan founder yang ada pada dua komunitas ini yaitu komunitas @laskardakwahmilennial_ dan @sahabatfisabilillah, untuk memperoleh informasi akurat yang terdapat di komunitas tersebut.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari hasil informasi sebelumnya oleh pihak lain yang dapat dijadikan landasan bagi peneliti atau analisis lainnya. Sumber data ini tidak diperoleh seperti sumber data primer, melainkan sumber data ini telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya yang telah dipublikasikan.

F. Instrumen Penelitian

1. Jenis Instrument Penelitian

Instrument merupakan sebuah alat bantu bagi seorang peneliti dalam menggunakan metode pengumpulan data¹². Sugiyono mendefinisikan instrumen penelitian sebagai alat untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati. Penelitian ini menggunakan kuesioner atau angket. Tujuan penyebaran angket adalah mencari

¹² Arikanto. (2016). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.

informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan¹³.

Kuesioner atau juga disebut angket adalah satu set pertanyaan yang berurusan dengan satu topik tunggal yang saling berkaitan yang harus dijawab oleh subjek. Instrumen berupa lembar daftar pertanyaan dapat berupa angket (kuesioner), checklist, ataupun skala.

2. Prosedur Penyusunan Instrumen

Sugiyono mengungkapkan bahwa titik awal penyusunan instrumen adalah variabel penelitian diberi definisi operasional selanjutnya ditentukan indikator yang akan diukur untuk mengukur variabel secara sistematis¹⁴. Hal ini dapat memudahkan peneliti untuk menyusun instrumen. Proses penyusunan instrumen memperhatikan bahasa yang digunakan sehingga pernyataan dapat dipahami dengan jelas oleh responden. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yang akan dijadikan objek penelitian yaitu penggunaan media sosial *Instagram* dan partisipasi anggota komunitas.

Untuk membuat sebuah penyusunan kuisisioner, penulis mencari beberapa indikator dari setiap variabel selanjutnya menjabarkan dalam bentuk deskriptif, setelah itu dilaksanakan atau diwujudkan dengan

¹³ Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta) hlm. 148

¹⁴ Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

butir-butir pertanyaan. Kisi-kisi instrument penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1 berikut:

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Instrument Penelitian

Variabel	Indikator	No Item	
(1)	(2)	(3)	
		(+)	(-)
Variabel Independent (X) Penggunaan Media Sosial Instagram (Sheldon & Bryant)	Informasi penggunaan (<i>Informational use</i>)	1,9	2
	Penggunaan Hiburan (<i>Entertainment Use</i>)	3,5	4,6
	Interaksi sosial (<i>Sosial Interaction</i>)	7,10,12	8,11
	Identitas diri (<i>Self-expression</i>)	13,14	15
Variabel Dependent (Y) Partisipasi Anggota Komunitas	Partisipasi Aktif	16,18	17
	Partisipasi Pasif	19	20
	Partisipasi Sosial	21	22
	Ikatan Emosional	23,27	24,28
	Konsisten dalam Beragama	25	26
	Kontribusi Dakwah	29	30

Sumber: Rangkuman Materi (2025)

Variabel atau skala yang di ukur adalah penggunaan media sosial *Instagram* sebagai variabel *Independent X* yang di pengaruhi oleh empat aspek diantaranya: penggunaan informasi, penggunaan hiburan, interaksi sosial,dan

identitas diri menggunakan pendapat Sheldon and Bryant. Sedangkan penomoran angket merupakan nomor item yang akan di uji cobakan.

Variabel Partisipasi Anggota (Y) merupakan Variabel *dependent* atau disebut dengan variabel terikat. Indikatornya terdiri dari partisipasi aktif, partisipasi pasif, partisipasi sosial, ikatan emosional, konsisten dalam beragama, dan kontribusi dakwah. Sedangkan penomoran angket merupakan nomor item yang akan di uji cobakan.

3. Uji Coba Instrument

Uji coba instrumen dilakukan dengan cara memberikan kuesioner atau angket untuk mendapatkan hasil sementara sebelum penelitian yang sebenarnya dilakukan. Uji coba berlangsung dari 10 Juli 2025 sampai 17 Juli 2025 kepada responden. Menurut Muhidin dan Abdurrahman, sejauh ini jumlah responden untuk uji coba belum ada ketentuan, namun dianjurkan sekitar 20 sampai 30 responden¹⁵. Sehingga responden uji coba instrumen adalah yang berjumlah 30 responden. Berikut prosedur uji coba instrumen meliputi:

a. Validitas

Validitas merupakan indeks yang menunjukkan alat ukur tersebut benar-benar mengukur apa yang harus diukur¹⁶. Variabel yang akan diukur adalah penggunaan media sosial Instagram (X) dan partisipasi anggota komunitas (Y).

¹⁵ Muhidin, S. A., & Abdurrahman. (2017). *Analisis korelasi, regresi, dan jalur dalam penelitian pendidikan, sosial, dan ekonomi* (edisi revisi). Bandung: Pustaka Setia.

¹⁶ Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Menurut Muhidin dan Abdurrahman mengartikan hasil uji validitas, patokan yang dipakai yaitu apabila nilai r hitung lebih besar ($>$) dari r tabel item kuesioner, dinyatakan valid. Tetapi apabila nilai r 30 responden. Dengan distribusi frekuensi (df) = $n-2 = 30-2 = 28$ dengan tingkat signifikan 5% diperoleh nilai r tabel yaitu 0,361. Sehingga berdasarkan uji validitas instrumen penelitian akan terlihat item yang valid untuk dilanjutkan dalam penelitian.¹⁷

Jadi dapat peneliti berikan penjelasan, bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidak validnya suatu kuisisioner. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji validitas item. Untuk perhitungan validitas peneliti menggunakan program SPSS versi 20.

Setelah dilakukan uji coba sebanyak 30 orang di komunitas The Power Of Hijrah, maka untuk mengetahui tentang hasil yang diperoleh peneliti telah melakukan pengujian data pada SPSS versi 20. Yang mana hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

¹⁷ Muhidin, S. A., & Abdurrahman, M. (2017). *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian*. Bandung: Pustaka Setia.

Tabel 3.2
Uji Validitas Variabel Penggunaan Media Sosial (X)

No Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
X.1	0,466	0,361	Valid
X.2	0,708	0,361	Valid
X.3	0,663	0,361	Valid
X.4	0,384	0,361	Valid
X.5	0,638	0,361	Valid
X.6	0,182	0,361	Tidak Valid
X.7	0,478	0,361	Valid
X.8	0,042	0,361	Tidak Valid
X.9	0,496	0,361	Valid
X.10	0,375	0,361	Valid
X.11	0,101	0,361	Tidak Valid
X.12	0,451	0,361	Valid
X.13	0,532	0,361	Valid
X.14	0,593	0,361	Valid
X.15	0,125	0,361	Tidak Valid

Sumber : Data diolah peneliti dengan SPSS 20.0 (2025)

Pada tabel 3.2 Menggambarkan sebuah hasil uji validitas yang dilakukan di Komunitas The Power Of Hijrah terhadap variabel Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan jumlah pertanyaan sebanyak 15 butir pertanyaan.

Hasil *output* uji coba validitas menggunakan program SPSS versi 20.0 *for windows* menunjukkan bahwa dari 15 item yang digunakan dalam instrumen variabel Penggunaan Media Sosial *Instagram*, sebanyak 11 item

dianggap valid dan 4 item lainnya tidak valid. Oleh karena itu, butir-butir item yang telah terbukti valid dapat diandalkan untuk mengukur aspek Penggunaan Media Sosial *Instagram* dengan baik. Sebaliknya, item-item yang tidak valid akan dieliminasi dari instrumen karena tidak dapat diandalkan dalam mengukur variabel tersebut. Tindakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki kualitas yang baik dan mampu memberikan data yang akurat dan dapat dipercaya mengenai Penggunaan Media Sosial *Instagram*.

Tabel 3.3
Uji Validitas Variabel Partisipasi Anggota Komunitas (Y)

No Item	R_{hitung}	R_{tabel}	Keterangan
(1)	(2)	(3)	(4)
Y.1	0,412	0,361	Valid
Y.2	0,542	0,361	Valid
Y.3	0,375	0,361	Valid
Y.4	0,378	0,361	Valid
Y.5	0,377	0,361	Valid
Y.6	0,697	0,361	Valid
Y.7	0,355	0,361	Tidak Valid
Y.8	0,654	0,361	Valid
Y.9	0,391	0,361	Valid
Y.10	0,505	0,361	Valid
Y.11	0,440	0,361	Valid
Y.12	0,406	0,361	Valid
Y.13	0,085	0,361	Tidak Valid
Y.14	0,402	0,361	Valid
Y.15	0,406	0,361	Valid

Sumber : Data diolah peneliti dengan SPSS 20.0 (2025)

Pada tabel 3.3 Menggambarkan sebuah hasil uji validitas yang dilakukan di Komunitas The Power Of Hijrah terhadap variabel Partisipasi Anggota Komunitas dengan jumlah pertanyaan sebanyak 15 butir pertanyaan dalam instrumen Partisipasi anggota komunitas, sebanyak 13 item dianggap valid dan 2 item lainnya tidak valid.

Tabel 3.4
Skala Penggunaan Media Sosial Instagram
dan Partisipasi Anggota Komunitas Setelah Di Uji Coba

Variabel	Indiks ator	No Item	
(1)	(2)	(3)	
		(+)	(-)
Variabel Independent (X) Penggunaan Media Sosial Instagram (Sheldon & Bryant)	Informasi penggunaan (<i>Informational use</i>)	1,9	2
	Penggunaan Hiburan (<i>Entertainment Use</i>)	3,5	4,6
	Interaksi sosial (<i>Sosial Interaction</i>)	7,10,12	8,11
	Identitas diri (<i>Self-Expression</i>)	13,14	15
Variabel Dependent (Y) Partisipasi Anggota Komunitas	Partisipasi Aktif	16,18	17
	Partisipasi Pasif	19	20
	Partisipasi Sosial	21	22
	Ikatan Emosional	23,27	24,28
	Konsisten dalam Beragama	25	26
	Kontribusi Dakwah	29	30

Sumber: Diolah oleh peneliti dengan SPSS 20.0 for windows (2025)

Keterangan: Nomor yang di cetak tebal pertanda item gugur

Hasil *output* uji coba validitas menggunakan program SPSS versi *for windows* menunjukkan bahwa dari 30 item yang digunakan dalam instrumen Penggunaan media sosial Instagram dan Partisipasi Anggota Komunitas, sebanyak 24 item dianggap valid dan 6 item lainnya tidak valid. Oleh karena itu, butir-butir item yang telah terbukti valid dapat diandalkan untuk mengukur aspek partisipasi anggota dengan baik. Sebaliknya, item-item yang tidak valid akan dieliminasi dari instrumen karena tidak dapat diandalkan dalam mengukur variabel tersebut. Tindakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian memiliki kualitas yang baik dan mampu memberikan data yang akurat dan dapat dipercaya mengenai Penggunaan media sosial Instagram sebagai variabel (X) dan Partisipasi Anggota Komunitas sebagai variabel (Y).

b. Reabilitas

Sugiyono menyatakan bahwa reliabilitas berarti bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena kualitasnya yang baik. Instrumen yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Tujuan realibilitas adalah untuk memastikan bahwa instrumen sudah baik sehingga cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data.¹⁸

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi kuisioner sebagai alat ukur. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2017)

Cronbach Alpha untuk menggunakan sebuah ukuran skala rentang seperti skala *likert* 1-5. Uji realibilitas adalah lanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk dalam pengujian ini adalah item yang valid saja.

Pada penelitian sampel uji coba sebanyak 30 responden dengan distribusi frekuensi (df) = $n-2 = 30-2 = 28$ dengan tingkat signifikansi 5% maka diperoleh r tabel yaitu 0,361. Uji coba reliabilitas menggunakan koefisien alpha (α) dibantu oleh program SPSS versi 20.0 *for windows* sehingga uji reabilitas dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 3. 5
Uji Realibilitas Variabel Penggunaan media sosial Instagram
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.601	15

Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 20.0 *for Windows* (2025)

Nilai reabilitas variabel penggunaan media sosial *Instagram* yang di tunjukkan pada tabel 3.5 tersebut secara keseluruhan terdapat 15 item pertanyaan, dan koefisien *Cronback Alpha* 0,601. Sehingga nilai hitung alpha menunjukkan lebih besar daripada nilai r tabel yaitu skala penggunaan media sosial *Instagram* ($0,601 > 0,361$) artinya instrument dikatakan reliable serta dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

Tabel 3. 6 Uji Reabilitas Skala Partisipasi Anggota Komunitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.731	15

Sumber: Data diolah peneliti dengan SPSS 20.0 *for windows* (2025)

Nilai reabilitas variabel penggunaan media sosial *Instagram* yang di tunjukkan pada tabel 3.6 tersebut secara keseluruhan terdapat 15 item pertanyaan, dan koefisien *Cronback Alpha* 0,731. Sehingga nilai hitung alpha menunjukkan lebih besar daripada nilai r tabel yaitu skala Partisipasi anggota komunitas ($0,731 > 0,361$) artinya instrument dikatakan reliable serta dapat digunakan sebagai alat pengumpulan data.

4. Instrument Final

Instrumen yang sudah uji coba validitas dan reliabilitas maka akan didapatkan instrumen akhir/final yang siap digunakan untuk mengumpulkan data. Pada penelitian ini karena semua items baik dari variabel penggunaan media sosial Instagram dan Partisipasi anggota komunitas adalah valid. Maka seluruh items yang valid tersebut digunakan untuk penelitian. Berikut instrumen final dari kedua variabel adalah sebagai berikut:

UIN IMAM BONJOL
PADANG

Tabel 3.7
Hasil Instrumen Final

Variabel	Indikator	No Item		Jumlah
(1)	(2)	(3)		
		(+)	(-)	
Variabel Independent (X) Penggunaan Media Sosial Instagram (Sheldon & Bryant)	Informasi penggunaan	1,9	2	3
	Penggunaan Hiburan	3,5	4	3
	Interaksi sosial	7,10,12	-	3
	Identitas diri	13,14	-	2
Variabel Dependent (Y) Partisipasi Anggota Komunitas	Partisipasi Aktif	16,18	17	3
	Partisipasi Pasif	19	20	2
	Partisipasi Sosial	21	-	1
	Ikatan Emosional	23,27	24	3
	Konsisten dalam Beragama	25	26	2
	Kontribusi Dakwah	29	30	2
Total		16	8	24

Berdasarkan tabel di atas dapat penulis tarik kesimpulan bahwa instrument final dari penggunaan media sosial Instagram adalah 11 pertanyaan dan instrument partisipasi anggota komunitas adalah 13 pertanyaan. Maka, total dari keseluruhan instrument yaitu sebanyak 24 pernyataan. Terdiri dari 16 pernyataan positif dan 8 pernyataan negatif.

G. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Muhidin dan Abdurrahman, metode pengumpulan data digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan atau mendapatkan data penelitian¹⁹. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data menggunakan kuisisioner. Data yang akan dikumpulkan melalui penyebaran kuisisioner secara online. Kuisisioner adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pemberian sejumlah pertanyaan yang dapat diakses melalui link google form yang dibagikan kepada anggota komunitas secara *online*.

Model kuisisioner penelitian ini merujuk pada model skala *likert*. Menurut sugiyono, skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, atau persepsi seseorang tentang fenomena tertentu²⁰. Skala *likert* menggunakan lima alternatif jawaban yaitu sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), Kurang Setuju (KS), setuju (S), dan sangat tidak setuju (SS). Peneliti menggunakan skala *likert* lima opsi karena skala tersebut ideal untuk menjadi alat ukur bagi responden, karena skala ini mengukur dengan tingkat persetujuan. Peneliti menggunakan skala *likert*, dimana responden hanya dapat memilih jawaban yang telah diberikan melalui skala *likert*, dimana setiap pertanyaan memiliki lima opsi, dan responden hanya dapat menyatakan persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap bagian soal²¹.

¹⁹ Muhidin, Saiful dan M. Abdurrahman, *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur dalam Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2017), hlm. 60

²⁰ Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

²¹ Arikunto, (2016). *Manajemen Penelitian*, Reka Cipta

Tabel 3.8 Skala Likert

No	Pertanyaan	Bobot Positif	Bobot Negatif
1	Sangat Setuju (SS)	5	1
2	Setuju (S)	4	2
3	Kurang Setuju (KS)	3	3
4	Tidak Setuju (TS)	2	4
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

Sumber : Sugiyono, (2014: 222)

H. Analisis Data

Data yang sudah terkumpul dianalisis dengan menggunakan analisis statistik seperti SPSS. Teknik analisis statistik dimulai dengan statistik deskriptif. Pengolahan data hasil penelitian dengan statistik pada intinya adalah pemberian kode (identitas) terhadap data penelitian. Analisis data pada dasarnya melakukan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, melakukan tabulasi data berdasarkan variabel, melakukan perhitungan dalam menjawab permasalahan dan melakukan perhitungan dalam menggunakan hipotesis²².

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian menggunakan teknik kategorisasi, yaitu penelitian yang berguna untuk membandingkan data dengan memasukkan suatu informasi pada suatu kategori. Data terkumpul akan dianalisis sesuai dengan tujuan penelitian menggunakan software program SPSS versi 20.0 *for windows*. Adapun teknik yang digunakan pada analisis data dalam penelitian ini sebagai berikut:

²² Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta)

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana digunakan untuk mengukur pengaruh antara satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Regresi linear sederhana ialah teknik analisis statistik yang digunakan buat memprediksi hubungan antara 2 variabel. Hal ini berarti regresi linear sederhana merujuk pada model dimana hanya ada satu variabel bebas²³. Rumus regresi linear sederhana adalah sebagai berikut

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel terikat

a = Nilai intercept (konstanta)

b = Koefisien regresi

X = Variabel Bebas

UIN IMAM BONJOL
PADANG

²³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2013)