Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Untuk melakukan penelitian ini, sifat yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2008: 5).

3.2 Metode Penelitian

Dalam melakukan pendekatan kuantatif, peneliti dituntut untuk bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Peneliti harus menguji apakah batasan konsep dan alat ukurnya telah memenuhi prisnsip validitas dan reliabilitas (Kriyantono, 2010:56).

Pendekatan kuantitatif memiliki prinsip yang *objectivist*. Dengan kata lain, prinsip yang menganggap keteratuan dan hukum-hukum dapat digambarkan dan digeneralisasikan ke dalam fenomena sosial (Wimmer&Dominick, 2000: 102).

3.3 Populasi Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Multimedia Nusantara jurusan Jurnalistik tahun 2010. Untuk membatasi penelitian ini, peneliti mengkhususkan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara yang menonton tayangan Metro TV dan TV One dan diperoleh sebanyak 50 responden aktif yang menonton tayangan yang dimaksud.

Setelah itu, pengambilan sampel diambil dengan metode p*urposive sampling,* karena responden haruslah mereka yang menonton Metro TV atau TV One.

Dalam riset sosial, periset tidak harus meriset seluruh objek yang dijadikan pengamatannya. Keseluruhan objek yang diriset disebut populasi. Sugiyono (2002:55) mengatakan bahwa populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh periset (Kriyantono, 2010:153).

3.4 Teknik Pengumpulan data

Metode dalam pengumpulan data ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner. Kuesioner adalah daftar pertanyaan dari data-data yang ingin ditanyakan kepada responden dan harus diisi sesuai jawaban responden. Tujuannya untuk mencari informasi lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa ada rasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono,

2010: 97). Dengan menyebar kuesioner peneliti melakukan teknik survey yang berarti meneliti populasi yang relative luas dengan cara menemukan sampel yang mewakili dari populasi yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti hanya memberikan kepada mahasiswi yang menonton Metro TV dan TV One. Data terkumpul dan kuesioner mulai disebarkan melalui email atau diserahkan langsung berupa lembaran kuesioner yang berisi pertanyaan. Dalam kuesioner tersebut, Responden hanya diminta untuk memberikan tanda centang atau *check list* pada setiap pertanyaan yang diajukan.

Alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengukuran skala likert. Skala likert adala alat ukur yang mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek. Peneliti menggunakan ukuran yang dibagi menjadi tiga skala yaitu sangat tidak setuju, kurang setuju, dan sangat setuju. Skala likert ini bertujuan untuk mengukur variabel pertama dan variabel kedua. Untuk variabel pertama adalah *gratification sought* (penggunaan media didasarkan pada motif/tujuan) dan variabel adalah *gratification obtained* (kepuasan remaja setelah menggunakan suatu media). Berikut skala likert yang dipakai :

Independen Variabel	: Penggunaan Media berdasarkan suatu motif atau tujuan
Setuju	3
Kurang setuju	2

Tidak setuju	1

Dependen Variabel	: Kepuasan Remaja
Setuju	3
Kurang setuju	2
Tidak setuju	1

*Skala likert adalah suatu alat ukur yang dipakai dan digunakan untuk mengukur sikap seseorang mengenai suatu objek. Objek ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh si peneliti. Variabel yang digunakan merupakan sebuah titik tolak dalam membuat sebuah pertanyaan yang akan diisi oleh responden. Skala likert biasanya digunakan untuk meniadakan jawaban yang terkesan ragu-ragu (Kriyantono, 2010: 138).

3.5 Teknik Pengukuran Data

3.5.1 Operasionalisasi Konsep

Pada penelitian kali ini, peneliti menempatkan dua variabel ke dalam penelitian yaitu penggunaan motif dan kepuasan pemirsa setelah mengakses stasiun televisi Metro TV atau TV ONE.

Tabel 3.1 Operasioanalisasi Konsep

Variabel	**Dimensi**	**Indikator**
Variabel independen : Gratification Sought	Motif informasi	- Ingin mengetahui berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan masyarakat sekitar. - Ingin mengetahui berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan Negara sendiri. - Ingin mengetahui berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan masalah di luar Negara. - Ingin mencari

	Motif identitas diri	bimbingan dan pengetahuan dari media yang menyiarkan informasi. - Ingin mencari dan menemukan solusi dari permasalahan yang ada. - Ingin menemukan nilai-nilai sosial yang berkenaan dengan diri sendiri. - Ingin mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai yang terkandung dari

		media tersebut. - Ingin memeroleh nilai lebih sebagai mahasiswa.
Variabel dependen : Gratification Obtained	Motif informasi	- Tingkat kepuasan mengetahui berbagai sumber informasi yang berkaitan dengan masyarakat sekitar. - Tingkat kepuasan mengetahui sumber informasi yang berkaitan dengan masalah Negara sendiri. - Tingkat kepuasan mengetahui sumber

		informasi yang berkaitan dengan masalah di luar Negara.
	Motif identitas diri	- Tingkat kepuasan mendapatkan bimbingan dan pengetahuan dari media yang menyiarkan sumber informasi. - Tingkat kepuasan mencari dan mendapatkan solusi dari permasalahan yang ada. - Tingkat kepuasan menemukan nilai-nilai sosial yang berkenaan dengan diri sendiri.

		- Tingkat kepuasan dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai yang terkandung di dalam media tersebut. - Tingkat kepuasan memeroleh nilai lebih sebagai mahasiswa.

3.5.2 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu uji yang akan dilakukan guna mengukur suatu ke-sah-an dan kevalidan suatu kuesioner. Dalam menguji sebuah tingkat kevalidan, peneliti memakai uji *Confirmatory Factor Analyst*. Uji yang dipakai ini akan mengukur korelasi yang terdapat antara variabel (Ghozali, 2006: 53). Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006: 49). Semakin tinggi hasil validitasnya, maka semakin menggambarkan tingkat ke-sah-an suatu penelitian.

Dalam penelitian ini, uji validitas dilakukan dengan cara uji *Confirmatory Factor Analysis*.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.539
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	169.892
	df	120
	Sig.	.002

Table 3.2

Motif Media : TV ONE (Informasi)

Analisis dapat dilakukan apabila nilai KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) lebih besar daripada 0.5 sedangkan untuk Barlett test lebih kecil daripada 0.05. Berikut hasil penghitungan kevalidan variabel.

Penggunaan media (TV ONE) berdasarkan informasi dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi 0.02 yakni di bawah nilai kevalidan yaitu 0.05.

Tabel 3.3

Motif Media : TV ONE (Identitas Diri)

Penggunaan Media (TV ONE) berdasarkan identitas diri) menemukan kevalidan pada angka 0.01, maka dengan kata lain

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.594
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	59.091
	df	28
	Sig.	.001

kuesioner ini layak dilakukan sebagai bahan penelitian.

Tabel 3.4

Motif Media : Metro TV (Informasi)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.643
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	109.305
	df	28
	Sig.	.000

Penggunaan Media (Metrpo TV) berdasarkan motif informasi dinyatakan valid karena menduduki angka 0.000 yang berarti angka ini berada di bawah 0.05 dan kuesioner ini layak dijadikan bahan uji.

Tabel 3.5

Motif Media : Metro TV (Identitas Diri)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.589
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	58.302
	Df	28
	Sig.	.001

Penggunaan Media (Metro TV) berdasarkan motif identitas diri juga menemukan kevalidan karena angka yang menunjukkan nilai signifikansi 0.01.

Table 3.6

Motif Media: TV ONE (informasi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.638	8

3.5.3 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kehandalan dari suatu penelitian. Reliabilitas merupakan suatu alat ukur kuesioner yang merupakan indikator dari variabel yang konstruk (Ghozali, 2006: 45). Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan uji reliabilitas menggunakan SPSS Statistics 20.0 for Windows. uji reliabilitas akan menghasilkan sebuah kuesioner yang reliable apabila memiliki nilai *cronbach alpha* lebih besar dari 0.6 (Ghozali, 2006: 46). Berikut merupakan hasil kuesioner peneliti yang diteliti dengan masing-masing dimensi atau variabel.

Penggunaan Media (TV ONE) berdasarkan motif informasi dapat dinyatakan reliable karena memiliki nilai cronbach alpha sebesar 0.638 atau lebih besar daripada 0.6. Maka kuesioner dapat dilanjutkan karena sesuai dengan nilai yang telah ditentukan.

Tabel 3.7

Penggunaan Media: TV ONE (Identitas Diri)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.628	8

Penggunaan Media (TV ONE) berdasarkan motif identitas diri juga dinyatakan reliable karena memiliki nilai sebesar 0.628 atau di atas 0.6.

Tabel 3.8

Penggunaan Media : Metro TV (Informasi)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	8

Penggunaan Media (Metro TV) berdasarkan motif informasi mendapat hasil sebesar 0.684 dan kuesioner ini dinyatakan reliable.

Tabel 3.9

Penggunaan Media : Metro TV (Identitas Diri)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.608	8

Penggunaan Media (Metro TV) berdasarkan identitas diri dapat dilanjutkan sebagai kuesioner karena menemukan nilai reliable di atas 0.6 yaitu 0.608.

3.6 Teknik Analisis Data

Sebuah hipotesis dari data harus dikumpulkan terlebih dahulu melalui tabulasi data secara lengkap yang diambil dari lapangan dan dikelompokka ke dalam sebuah tabel untuk di analisa dan kemudian akan mendapatkan sebuah kesimpulan yang akan dipakai untuk mengukur statistik sebuah data (Sugiyono, 2003: 212).

Penelitian mengenai Analisis Penggunaan Motif Terhadap Kepuasan Pemirsa menonton tayangan Kabar Petang dan Metro Hari Ini, analisis yang dipakai adalah dengan melakukan uji kesenjangan atau discrepancy yang akan dioperasionalisasi dengan menggunakan crosstab tabulation dimana semua item yang ada pada GS akan di cross kan dengan GO yang ada pada data. Dengan menggunakan tabulasi silang, maka akan diketahui tingkat kepuasan yang didapat

baik dari TV ONE maupun Metro TV. Hasilnya akan ditunjukkan dalam sebuah presentase yang memudahkan kita dalam membaca hasil yang ada (Palmgreen, 1985 : 158).

3.6.1 Uji Discrepancy

Uji kesenjangan atau discrepancy adalah sebuah uji yang dilakukan untuk melihat seberapa besar tingkat kepuasan yang ada di antara dua variabel. Berikut rumus yang dipakai dalam mengukur sebuah uji kesenjangan sebagai berikut

$$D = \frac{\sum_{i \neq j} n.i.j}{\sum_{i}\sum_{j} n.i.j}$$

Dimana :

D = *discrepancy*/ kesenjangan

n = jumlah sampel

i = kepuasan yang dicari GS

j = kepuasan yang diperoleh GO

dengan $i \neq j$

3.6.2 *Crosstab Tabulation*

Metode analisis yang akan digunakan dalam meneruskan penelitian ini adalah Cross Tabulation, dimana metode ini akan menunjukkan hasil yang berkaitan dengan variabel satu dengan lainnya.

3.6.3 Mean GS dan GO

Perbandingan mean antara GS dengan GO dirujuk melalui buku Kriyantono (2010: 219) yang menuliskan bahwa:

1. Jika mean GS lebih besar dari GO maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, media tersebut tidak memuaskan khalayaknya.
2. Jika mean GS sama dengan GO maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
3. Jika mean GS lebih kecil GO maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kepuasan kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, media tersebut memuaskan khalayaknya.