



### **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.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Jenis atau Sifat Penelitian

Berdasarkan jenis data, metode kuantitatif jenis datanya adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yang bersifat numerik. (Zamzam, 2018, p. 93). Pemilihan tipe yang tepat sesuai dengan tujuan penelitian sangat diharapkan dan menentukan pencapaian hasil yang telah dirumuskan. Tipe penelitian kuantitatif, sebagai berikut (Eriyanto, 2011, p. 49):

##### 1. Penelitian Eksplanatif

Penelitian eksplanatif merupakan analisis isi yang di dalamnya terdapat pengujian hipotesis tertentu. Penelitian ini juga mencoba membuat hubungan antara satu variabel dan variabel lain. Penelitian tidak hanya sebatas menggambarkan secara deskriptif isi dari suatu pesan, tetapi juga mencoba mencari hubungan antara isi pesan ini dan variabel lain. Penelitian eksplanatif dapat dibagi ke dalam dua kelompok, antara lain (Eriyanto, 2011, p. 50):

- a. Menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan hubungan di antara variabel. Alat ukur dalam penelitian terdiri atas sejumlah variabel.
- b. Menguji hipotesis atau menjawab pertanyaan perbedaan variabel menurut komunikator, waktu, atau konteks tertentu.

##### 2. Penelitian Deskriptif

Menurut Lehmann (1979), Penelitian deskriptif kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang bertujuan mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi tertentu, atau mencoba menggambarkan fenomena secara detail (1979, dalam Yusuf, 2014, p. 62).

Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan sifat eksplanatif karena penelitian ini ingin mengukur adanya hubungan antara variabel terpaan program Pesbukers ANTV terhadap *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi.

### 3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan metode survei. Metode survei memberikan deskripsi kuantitatif atau numerik tren, perilaku, atau pendapat suatu populasi dengan mempelajari sampel populasi tersebut (Cresswell, 2012, p. 145).

Klasifikasi membedakan dalam penelitian, yaitu dengan membandingkan instrumen yang digunakan dalam mengumpulkan informasi, yaitu penelitian survei (*survey research*) dan penelitian survei (*non-survey research*). Dalam ilmu sosial, survei sering dilakukan. Survei merupakan suatu cara untuk mengumpulkan informasi dari sejumlah besar individu dengan menggunakan kuesioner, *interview*, atau melalui pos (*by email*) maupun telepon. Tujuan utama penelitian survei adalah untuk menggambarkan karakteristik dari populasi. Menurut Waisberg bahwa penelitian survei merupakan suatu penyelidikan yang sistematis dalam mengumpulkan informasi yang berhubungan dengan suatu objek studi dengan menggunakan kuesioner atau daftar pertanyaan yang terstruktur. Oleh karena itu, penelitian survei mempunyai karakteristik tersendiri yang berbeda dengan penelitian yang lain, baik dilihat dari teknik pengumpulan data maupun subjek penelitian (1977, dalam Yusuf, 2014, p. 48).

Tipe penelitian survei dapat dilihat dari instrumen yang digunakan, yaitu: (a) wawancara secara pribadi (*personal interview*); (b) angket yang dikirimkan via pos (*mail questionnaire*); (c) survei yang dilakukan dengan menggunakan telepon (*telephone survey*); dan (d) observasi terkendali atau terkontrol (*controlled observation*) (Yusuf, 2014, p. 50).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian adalah metode survei dengan melakukan kuisisioner dan dokumen dalam variabel terpaan program Pesbukers ANTV terhadap *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi.

U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Keseluruhan pengamatan yang menjadi perhatian Anda, baik terhingga maupun tak terhingga. Dengan mengacu hal di atas, dapat didefinisikan bahwa populasi adalah keseluruhan pengamatan yang diperoleh dari percobaan atau penelitian. Banyaknya pengamatan atau anggota suatu populasi disebut ukuran populasi. (Elcom, 2010, p. 45). Populasi dalam suatu penelitian perlu ditetapkan dengan tujuan agar penelitian yang dilakukan benar-benar mendapatkan data sesuai yang diharapkan. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah penonton tayangan program Pesbukers ANTV di 2019, yakni:

Tabel 3.1 Jumlah Penonton Tayangan Program Pesbukers ANTV 2019 (Periode Februari-April)

No	Tanggal	Total Penonton Pesbukers ANTV 2019
1	11 Februari 2019	701,088
2	12 Februari 2019	700,750
3	13 Februari 2019	671,246
4	14 Februari 2019	691,666
5	15 Februari 2019	641,045
6	18 Februari 2019	665,380
7	19 Februari 2019	768,992
8	20 Februari 2019	778,057
9	21 Februari 2019	861,423
10	22 Februari 2019	781,229
11	25 Februari 2019	614,085
12	26 Februari 2019	557,774
13	27 Februari 2019	722,839
14	28 Februari 2019	692,580
15	1 Maret 2019	828,244
16	4 Maret 2019	661,012
17	5 Maret 2019	660,378
18	6 Maret 2019	959,385
19	7 Maret 2019	820,057
20	8 Maret 2019	755,190
21	11 Maret 2019	734,178
22	12 Maret 2019	786,917
23	13 Maret 2019	792,176
24	14 Maret 2019	709,797
25	15 Maret 2019	654,346
26	18 Maret 2019	641,089
27	19 Maret 2019	608,344

28	20 Maret 2019	643,943
29	21 Maret 2019	866,668
30	22 Maret 2019	848,413
31	25 Maret 2019	804,433
32	26 Maret 2019	695,717
33	27 Maret 2019	760,978
34	28 Maret 2019	848,019
35	1 April 2019	751,676
36	2 April 2019	746,209
37	4 April 2019	672,111
38	5 April 2019	647,890
39	8 April 2019	614,286
40	9 April 2019	623,091
41	10 April 2019	725,209
42	11 April 2019	693,164
43	12 April 2019	660,676
44	15 April 2019	725,485
45	16 April 2019	717,960
46	17 April 2019	799,831
47	18 April 2019	615,541
48	19 April 2019	877,205
49	22 April 2019	700,013
50	23 April 2019	688,989
51	24 April 2019	675,281
52	25 April 2019	712,792
53	26 April 2019	779,441
54	29 April 2019	809,277
55	30 April 2019	853,541
<b>Rata-Rata</b>		40,017,106

Sumber: *Nielsen Audience Measurement 2019*  
Data Internal ANTV (telah dikaji)

Populasi yang digunakan peneliti adalah penonton tayangan program Pesbukers ANTV di Indonesia tahun 2019. Berdasarkan data dari *Nielsen Audience Measurement 2019* bahwa rata-rata jumlah penonton di Indonesia yang menonton tayangan program Pesbukers ANTV adalah 40,017,106 penonton. Data yang digunakan untuk mencari rata-rata pada penelitian ini adalah periode bulan Februari hingga April 2019, karena peneliti bisa mendapatkan data lengkap *Share* ANTV pada tayangan program Pesbukers ANTV, sesuai dengan waktu penelitian.

### 3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang akan diambil untuk diteliti dan hasil penelitiannya digunakan sebagai representasi dari populasi dari keseluruhan. Dengan demikian, sampel dapat dinyatakan bagian dari populasi yang diambil dengan teknik atau metode tertentu untuk diteliti dan digeneralisasi terhadap populasi. Agar hasil penelitian yang dilakukn terhadap sampel masih tetap bisa dipercaya dalam artian masih bisa mewakili karakteristik populasi, maka cara penarikan sampelnya harus dilakukan secara seksama. Cara pemilihan sampel dikenal dengan nama teknik *sampling* atau teknik pengambilan sampel. Secara umum, sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian hasilnya digeneralisasi terhadap populasi yang dituju (Hendryadi, 2015, p. 192). Dalam penelitian sosial, paling tidak ada dua rancangan sampel penelitian, yaitu (Bungin, 2005, p. 116):

1. Rancangan sampel probabilitas (*Probability Sampling*)

Rancangan sampel merupakan penarikan sampel didasarkan atas pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel.

2. Rancangan sampel nonprobabilitas (*Nonprobability Sampling*)

Pada rancangan sampel nonprobabilitas, penarikan sampel tidak penuh dilakukan dengan menggunakan hokum probabilitas. Artinya, bahwa tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian. Hal ini karena sifat populasi itu sendiri yang heterogen, sehingga terdapat diskriminasi tertentu dalam unit-unit populasi. Oleh karena itu, harus ada perlakuan khusus lainnya (Bungin, 2005, p. 119).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik nonprobabilitas dengan *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik yang digunakan pada penelitian-penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian daripada sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian (Bungin, 2005, p. 125). Sampel yang digunakan adalah penonton tayangan program Pesbukers ANTV di DKI Jakarta tahun 2019, karena penontonnya berumur 10 tahun hingga 30 tahun ke atas.

Jumlah responden yang akan diteliti tersebut ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin, sebagai berikut (Enterprise, 2018, h. 12):

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Populasi

e: *error tolerance*

Batas toleransi kesalahan sebesar 5% dan tingkat kepercayaan 95%, maka jumlah sampel dalam penelitian ini, yakni:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + (N \cdot e^2)} \\ &= \frac{40,017,106}{1 + (40,017,106 \cdot (0,05)^2)} \\ &= \frac{40,017,106}{1 + 100.042,765} \\ &= \frac{40,017,106}{100.043,765} \\ &= 399,99. \end{aligned}$$

Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan pengambilan sampel sebanyak 399,99 yang dibulatkan menjadi 400 responden dari hasil jumlah sampel dalam penelitian ini yang menggunakan rumus Slovin.

### 3.4 Operasionalisasi Konsep

Penelitian ini terdiri dari dua variabel dependen dan Independen, pengaruh terpaan program Pesbukers ANTV terhadap *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi dengan menggunakan skala *Likert*. Skala *likert* merupakan skala yang populer di kalangan peneliti, karena penerapannya mudah dan sederhana dalam penafsiran secara umum menggunakan peringkat lima angka penilaian, yakni (a) sangat setuju, (b) setuju, (c) netral, (d) tidak setuju, dan (e) sangat tidak setuju (Ruslan, 2008, p. 198).

### 3.4.1 Variabel Bebas (X)

Variabel bebas pada penelitian ini adalah terpaan program Pesbukers ANTV dengan dimensi terpaan media yang dilihat dari indikator (Rakhmat, 2008, p. 66), antara lain frekuensi, durasi, dan intensitas responden dalam menonton tayangan program Pesbukers ANTV. Frekuensi yang diukur adalah tingkat keseringan responden untuk menonton tayangan tersebut, durasi diukur dari tingkat lamanya penonton mendengarkan tayangan, dan intensitas diukur dari seberapa intens responden untuk menonton tayangan tersebut. Indikator yang digunakan pada penelitian ini dalam variabel x, sebagai berikut.

1. Frekuensi menonton tayangan program Pesbukers ANTV

Frekuensi ini mengacu pada tingkat keseringan menonton tayangan program Pesbukers ANTV dan meluangkan waktu untuk menonton tayangan tersebut.

2. Durasi menonton tayangan program Pesbukers ANTV

Durasi ini mengacu pada tingkat lamanya seseorang mendengarkan tayangan program Pesbukers ANTV.

3. Intensitas menonton tayangan program Pesbukers ANTV

Intensitas ini mengacu pada tingkat konsentrasi ketika menonton tayangan program Pesbukers ANTV.

### 3.4.2 Variabel Dependen atau Terikat (Y)

Variabel terikat (Y) yang digunakan pada penelitian ini adalah citra perusahaan PT Cakrawala Andalas Televisi dilihat dari *personality*, *reputation*, *value*, dan *corporate identity* (Suwandi, 2010, p. 4):

1. *Personality*

*Personality* mengacu pada tingkat kepercayaan penonton dan tanggungjawab oleh ANTV dalam menayangkan tayangan program Pesbukers ANTV, seperti dapat dipercaya dan tanggung jawab sosial.

2. *Reputation*

*Reputation* mengacu pada tingkat kredibilitas perusahaan yang dimiliki, yakni kinerja keamanan.

### 3. Value

*Value* mengacu pada tingkat nilai budaya perusahaan yang dimiliki, yakni sikap dan cepat tanggap.

### 4. Corporate Identity

*Corporate Identity* mengacu pada tingkat pengenalan masyarakat terhadap ANTV, seperti logo, warna, dan slogan.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan	Skala
1	Terpaan Program Pesbukers ANTV (X)	Frekuensi (X1)	Tingkat keseringan menonton dan meluangkan waktu untuk menonton tayangan program Pesbukers ANTV	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya sering menonton Pesbukers ANTV.</li> <li>2. Saya menonton Pesbukers ANTV paling tidak satu kali dalam seminggu.</li> </ol>	Likert
		Durasi (X2)	Tingkat lamanya seseorang mendengarkan tayangan program Pesbukers ANTV	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya menonton tayangan program Pesbukers ANTV dari awal sampai akhir.</li> <li>2. Saya menonton tayangan satu segmen tayangan program Pesbukers ANTV secara penuh.</li> </ol>	Likert
		Intensitas (X3)	Tingkat konsentrasi ketika menonton tayangan program Pesbukers ANTV	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya tidak berpindah <i>channel</i> saat menonton tayangan program Pesbukers ANTV.</li> <li>2. Saya menonton tayangan program Pesbukers ANTV dengan antusias.</li> <li>3. Saya dapat memahami isi tayangan program Pesbukers ANTV dengan baik.</li> </ol>	Likert
2.	<i>Corporate Image</i> PT Cakrawala Andalas Televisi (Y)	<i>Personality</i> (Y1)	Dapat dipercaya dan tanggung jawab sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya percaya ANTV menemani penonton dengan program-program yang berkualitas.</li> <li>2. Saya percaya ANTV menayangkan program yang terbaik untuk memuaskan penonton.</li> <li>3. Saya mendukung program tanggung jawab perusahaan yang dilakukan ANTV (Bakti sosial, donor darah, dan lain-lain).</li> </ol>	Likert

		<i>Reputation</i> (Y2)	Kinerja keamanan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya yakin ANTV didukung oleh karyawan yang handal.</li> <li>2. Saya yakin kinerja ANTV sangat baik.</li> </ol>	Likert
		<i>Value</i> (Y3)	Sikap dan cepat tanggap	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bagi saya, ANTV selalu memberikan sikap yang baik dalam menyikapi respons negatif dari masyarakat.</li> <li>2. Bagi saya, ANTV sering berinteraksi dengan penonton mereka melalui sosial media ANTV.</li> </ol>	Likert
		<i>Corporate Identity</i> (Y4)	Logo, warna, dan slogan	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya dapat mengenali logo ANTV dengan baik.</li> <li>2. Saya yakin warna merah ANTV telah mencerminkan kekuatan dan kepercayaan diri ANTV</li> <li>3. Saya yakin warna putih ANTV telah mencerminkan tekad ANTV untuk menjalankan usaha pertelevisian</li> <li>4. Saya yakin warna kuning ANTV telah mencerminkan kemakmuran.</li> <li>5. Slogan “ANTV Keren” menggambarkan program-program hiburan yang lebih menarik untuk penontonnya.</li> </ol>	Likert

Sumber: Kajian Peneliti, 2019.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang bersifat pengaruh berganda, yaitu untuk mengetahui adanya pengaruh dari dua variabel independen terhadap satu variabel dependen. Subjek dalam penelitian ini adalah para penonton tayangan program Pesbukers ANTV. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan metode Kuisisioner. Kuisisioner merupakan pengumpulan data penelitian dan pada kondisi tertentu pihak peneliti tidak perlu hadir. Kuisisioner dilakukan secara personal (Ruslan, 2008, p. 24). Di dalam pengumpulan data kuisisioner ini membutuhkan 400 responden para penonton tayangan program Pesbukers ANTV, yang berisikan pertanyaan-pertanyaan apakah terpaan program

Pesbukers ANTV berpengaruh terhadap PT Cakrawala Andalas Televisi dan seberapa besar pengaruh terpaan program Pesbukers ANTV terhadap *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi. Jenis sumber data dibagi menjadi dua, antara lain (Rukajat, 2018, p. 6):

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang langsung diperoleh langsung dari obyek yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuisisioner. Kuisisioner atau angket adalah angket dengan menggunakan lima alternatif jawaban berdasarkan skala *Likert*. Kuisisioner ini dapat berupa pertanyaan atau pernyataan tertutup atau terbuka. Kuisisioner tertutup merupakan kuisisioner yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab responden telah tertera dalam angket tersebut (Bungin, 2005, p. 133). Sedangkan kuisisioner terbuka merupakan daftar pertanyaan yang dibuat dengan sepenuhnya memberikan kebebasan kepada responden untuk menjawab tentang keadaan yang dialami sendiri, tanpa ada alternatif jawaban dari peneliti (Bungin, 2005, p. 134). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kuisisioner tertutup untuk jawaban setiap butir pernyataan atau pertanyaan telah disediakan. Jawaban untuk setiap pertanyaan adalah hanya salah satu jawaban yang dipilih responden dari lima alternatif jawaban yang disediakan atau disiapkan, yaitu:

Tabel 3.3 Alternatif Jawaban yang Dipilih Responden

No	Alternatif jawaban	Nilai
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N) atau Ragu (R)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Rukajat, 2018, p. 6.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder didapat dan dikumpulkan dari catatan-catatan dan wawancara dengan pimpinan untuk mendapatkan data mengenai profil perusahaan guna melengkapi dan mendukung data primer yang dibutuhkan dalam penelitian (Rukajat, 2018, p. 7). Data sekunder diklasifikasi menjadi dua, sebagai berikut (Bungin, 2005, p. 132):

### a. Internal data

Tersedia tertulis pada sumber data sekunder, misalnya laporan penjualan, laporan hasil riset yang lalu, dan sebagainya.

### b. Eksternal data

Data yang diperoleh dari sumber luar, misalnya data sensus, dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data sekunder adalah buku, jurnal, data dari ANTV yang telah dikaji, *company profile* ANTV, dan dokumen skripsi sebagai acuan penelitian terdahulu peneliti.

## 3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas merupakan alat ukur yang mampu mengungkap seluruh indikator yang dimiliki oleh sebuah konsep yang sedang diukur. Apabila sebuah konsep memiliki lima dimensi atau indikator, alat ukur yang valid adalah mengukur kelima dimensi tersebut (Bajari, 2017, p. 88).

Metode yang digunakan adalah *Bivariate Pearson Correlation*. Analisis bivariate merupakan analisis yang meliputi dua variabel saja, yaitu variabel x dan variabel y. Analisis *bivariate* di dalam variabel x dan variabel y akan dibuat analisis korelasi dan analisis regresi sederhana. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *rhitung* (*correlated item-total correlation*) dengan nilai *rtabel*. Jika nilai *rhitung* > *rtabel* dan bernilai positif, maka pernyataan tersebut dikatakan valid sedangkan jika *rhitung* < *rtabel*, maka variabel tersebut tidak valid. Pengukuran indikator yang tepat dalam menyusun sebuah konstruk tersebut apabila nilai *standardized regression weight* adalah 0,50. Pengujian validitas

menggunakan rumus *product moment* dari Pearson yang dilakukan dengan menghitung korelasi antar masing-masing skor item pernyataan dari tiap variabel dengan total skor variabel tersebut. Jika skor item tersebut berkorelasi positif dengan skor total dan lebih tinggi dari korelasi antar item, menunjukkan bahwa valid terhadap instrumen tersebut (Firlana, 2017, p. 49).

Berikut rumus dari *pearson product moment*, yakni (Sugiyono, 2012, p. 133):

$$r_{ix} = \frac{n(\sum xy) - (y) \cdot \sum x}{\sqrt{\{\sum x^2 - (\sum x)^2\} \cdot \{n \cdot \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

- $r_{xy}$ : Koefisien korelasi item-total
- $y$ : Skor item
- $x$ : skor total
- $n$ : banyaknya subjek

Berdasarkan hal tersebut, maka uji validitas dilakukan pada kuisisioner penelitian yang mengukur terpaan media dan *corporate image*. Uji validitas dilakukan pada 40 responden yang didapatkan melalui penyebaran kuisisioner pretest. Hasil uji validitas variabel terpaan program Pesbukers ANTV, yakni.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Data *Pre-Test* Variabel Terpaan Program Pesbukers ANTV (X)

Item	r hitung (Pearson Correlation)	r tabel	Keterangan
X1	1	0,312	Valid
X2	0.906	0,312	Valid
X3	0.865	0,312	Valid
X4	0.844	0,312	Valid
X5	0.849	0,312	Valid
X6	0.859	0,312	Valid

X7	0.784	0,312	Valid
----	-------	-------	-------

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019.

Sedangkan hasil uji validitas variabel *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi, yakni:

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Data *Pre-Test* Variabel *Corporate Image* PT Cakrawala Andalas Televisi (Y)

Item	r hitung (Pearson Correlation)	r tabel	Keterangan
Y1	1	0,312	Valid
Y2	0.873	0,312	Valid
Y3	0.447	0,312	Valid
Y4	0.645	0,312	Valid
Y5	0.742	0,312	Valid
Y6	0.804	0,312	Valid
Y7	0.866	0,312	Valid
Y8	0.773	0,312	Valid
Y9	0.768	0,312	Valid
Y10	0.785	0,312	Valid
Y11	0.847	0,312	Valid
Y12	0.847	0,312	Valid

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019.

Berdasarkan pada tabel uji validitas variabel terpaan program Pesbukers ANTV dan *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi menunjukkan bahwa semua pernyataan dalam kuisioner tersebut dinyatakan valid. Di lihat dari r hitung masing-masing pernyataan yang nilainya lebih besar dibanding r tabel dengan jumlah sampel 40 bernilai 0,312, sehingga semua item pernyataan itu dinyatakan valid.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas alat ukur yang digunakan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur dapat diandalkan. Bila suatu alat ukur digunakan pada dua kesempatan pengukuran dalam waktu yang berbeda dan memberikan hasil yang sama, alat ukur tersebut dapat dikatakan memiliki derajat reliabilitas yang tinggi (Bajari, 2017, p.89). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Dasar pengambilan keputusan untuk reabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika Cronbach's Alpha >0.60 maka realibel
2. Jika Cronbach's Alpha <0.60 maka tidak realibel

Untuk menghitung reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*, yakni (Arikunto, 2010, p. 239):

$$r_{\pi} = \left( \frac{k}{k-1} \right) \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2}$$

Keterangan:

- a.  $r_{\pi}$ : Nilai Reliabilitas
- b.  $k$ : Banyaknya pertanyaan
- c.  $\sum \sigma b^2$ : Jumlah varian skor pada setiap item
- d.  $\sigma t^2$ : Varian total

Sedangkan untuk mencari hitungan varian total, maka terlebih dahulu mencari nilai varian dari setiap butirnya dan dijumlahkan dengan rumus, yakni:

$$\sigma = \frac{\sum x^2 \left( \frac{\sum x^2}{n} \right)}{n}$$

Keterangan:

- x: Nilai skor yang dipilih  
n: Jumlah responden

Untuk mengetahui apakah pernyataan kuisisioner penelitian ini reliabel atau tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas dari variabel terpaan program Pesbukers ANTV (X) dan *corporate image* PT Cakrawala Andalas Televisi (Y), sebagai berikut:

MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel Terpaan Program Pesbukers ANTV (X)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.976	.977	7

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019.

Di lihat hasil olah data SPSS dari tabel variabel X, nilai *Alpha-Cronbach* sebesar 0,980. Nilai ini merupakan hasil r hitung dari kuisisioner terpaan program Pesbukers ANTV yang diuji reliabilitas sebanyak 7 item pernyataan. Oleh karena itu, nilai *Reliability Statistics* dengan 7 item pernyataan adalah 0,941 lebih besar dari 0,60, maka instrumen yang digunakan adalah reliabel.

Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel *Corporate Image* PT Cakrawala Andalas Televisi (Y)

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.978	.978	12

Sumber: Hasil olah data SPSS, 2019.

Dilihat hasil olah data SPSS dari tabel variabel Y, nilai *Alpha-Cronbach* sebesar 0,981. Nilai ini merupakan hasil r hitung dari kuisisioner terpaan program ANTV yang diuji reliabilitas sebanyak 12 item pernyataan. Oleh karena itu, nilai *Reliability Statistics* dengan 14 item pernyataan adalah 0,978 lebih besar dari 0,60, maka instrumen yang digunakan adalah reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menentukan teknik analisis merupakan sebuah proses yang terintegrasi dalam prosedur penelitian. Analisis data dilakukan untuk menjawab rumusan masalah dan hipotesis yang sudah diajukan. Hasil analisis data selanjutnya diinterpretasikan dan dibuatkan kesimpulannya. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis terbagi menjadi dua, yaitu statistik deskriptif dan statistik inferensial. Statistik deskriptif

adalah statistik yang menggambarkan fenomena atau data sebagaimana dalam bentuk tabel, grafik, frekuensi, rata-rata ataupun bentuk lainnya. Statistik deskriptif umumnya hanya memberikan gambaran (deskripsi) mengenai keadaan data sebenarnya tanpa bermaksud membuat generalisasi dari data tersebut. Dalam statistik deskriptif dilakukan analisis dalam bentuk tabel, kolom, grafik, perhitungan frekuensi, ukuran tendensi pusat (mean, median, dan modus), ukuran disperse (kisaran, varian, dan standar deviasi), dan lain sebagainya (Hendryadi, 2015, p. 210). Statistik inferensial adalah teknik yang digunakan dalam penelitian sosial sebagai alat untuk menganalisis data untuk tujuan-tujuan eksplanasi. Artinya, bertujuan utama untuk menguji hipotesis penelitian (Bungin, 2005, p. 192). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data adalah statistik inferensial karena didasarkan pada tujuan eksplanasi dan menguji hipotesis penelitian.

### **3.7.1 Uji Normalitas**

Uji normalitas adalah usaha untuk menentukan data variabel yang kita miliki mendekati populasi distribusi normal atau tidak. Data yang terdistribusi normal adalah data yang memiliki kurva normal (Nathanael, 2014, p. 65). Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang ‘baik’ adalah distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau menceng ke kanan. Uji normalitas pada multivariat sebenarnya sangat kompleks, karena harus dilakukan pada seluruh variabel secara bersama-sama (Santoso, 2009, p. 43). Namun, uji ini bisa juga dilakukan pada setiap variabel, dengan logika bahwa jika secara individual masing-masing variabel memenuhi asumsi normalitas, maka secara bersama-sama (multivariat) variabel-variabel tersebut juga bisa dianggap memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas bisa dilakukan dengan grafik dan melihat besaran Kolmogorov-Smirnov (Santoso, 2009, p. 44). Kriteria pengujian, sebagai berikut (Santoso, 2009, p. 46):

1. Angka signifikansi (SIG)  $>0,05$ , maka data distribusi normal.
2. Angka signifikansi (SIG)  $<0,05$ , maka data tidak distribusi normal.

### 3.7.2 Uji Korelasi

Korelasi merupakan pengukur hubungan dua variabel atau lebih yang dinyatakan sebagai tingkat hubungan (derajat keeratan) antarvariabel (Kurniawan, 2016, p. 44). Teknik korelasi *product moment* adalah teknik korelasi tunggal yang digunakan untuk mencari frekuensi koefisiensi korelasi antara data interval dan data interval lainnya (Bungin, 2005, p. 205). Koefisien determinasi (*coefficient of determination*) dilambangkan dengan  $r^2$  dan umumnya dinyatakan dalam persentase (%). Koefisien determinasi adalah nilai yang digunakan untuk mengukur besarnya kontribusi variabel independen (X) terhadap variasi (naik atau turunnya) variabel dependen (Y). Dengan kata lain, variabel y dapat dijelaskan oleh variabel x sebesar  $r^2$  % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lainnya. Variasi y lainnya (sisanya) disebabkan oleh faktor yang lain juga memengaruhi y dan sudah termasuk dalam kesalahan pengganggu (*disturbance error*) (Kurniawan, 2016, p. 45). Nilai koefisien korelasi, antara lain (Kriyantono, 2006, p. 170):

- a. Kurang dari 0,20: Hubungan rendah sekali; lemah sekali
- b. 0,20 – 0,39: Hubungan rendah tetapi pasti
- c. 0,40 – 0,70: Hubungan yang cukup
- d. 0,71 – 0,90: Hubungan yang tinggi; kuat
- e. Lebih dari 0,90: Hubungan yang sangat tinggi; Kuat sekali; dapat diandalkan.

Pengujian analisis hubungan ini menggunakan analisis korelasi *Pearson* atau *Product Moment*, karena data variabelnya itu berbentuk ratio atau interval. Rumus korelasi *Bivariate Pearson*, sebagai berikut (Gani, 2015, p. 84):

$$r = \frac{n \sum x_i x_y - (\sum x_i)(\sum x_y)}{\sqrt{\{(x_i^2 - (\sum x_i)^2)\}(n \sum x_y^2 - (\sum x_y)^2)}}$$

Keterangan:

$r$ : Koefisien korelasi

$x_i$ : Variabel x

$x_y$ : Variabel y

$n$ : Jumlah sampel

### 3.7.3 Regresi Sederhana

Regresi sederhana dipakai apabila kita ingin memprediksikan variabel kriteria dengan menggunakan satu variabel prediktor (variabel bebas). (Eriyanto, 2011, h. 375). Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel bebas dengan satu variabel terikat. Persamaan umum regresi linear sebagai berikut (Sugiyono, 2012, h. 261).

$$Y=a+bx$$

Y adalah subjek dalam variabel dependen (terikat) yang diprediksikan, a adalah harga X = 0 (harga konsta), dan b adalah angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Sementara, X adalah subjek pada variabel independen (bebas) yang mempunyai nilai tertentu.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA