



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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2010, p. 55). Sifat dari penelitian ini adalah eksplanatif, penelitian ini menjelaskan keterkaitan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Penelitian ini meneliti pada motif dan kepuasan *fans* pada vlog Suhay Salim di YouTube. Motif menonton vlog ini bertujuan untuk mencari informasi yang mempengaruhi kepuasan para penonton vlog Suhay Salim di YouTube yang di mana para penonton berperan aktif dalam menggunakan media ini dalam memenuhi kebutuhan informasinya mengenai produk kecantikan. Dalam pemenuhan informasi, *fans* mengakses vlog Suhay Salim yang ada di YouTube untuk mendapatkan tips mengenai kecantikan.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen

pengumpulan data. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2010, p. 59).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2011, p. 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah *fans* Suhay Salim yaitu Tersulailah di instagram. Dipilihnya populasi ini karena terlihat bahwa banyak dari *fansnya* yang aktif dalam menggunakan *gadget*, di mana *gadget* itu sendiri merupakan benda yang memang sering dipakai oleh khalayak saat ini di keseharian mereka. Tidak dipungkiri juga kalau pencarian informasi sering dilakukan oleh mereka menggunakan *gadget* pada media *online* dan para *fans* juga menonton vlog Suhay Salim di YouTube.

3.3.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2011, p. 81). Pada penelitian ini metode yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah dengan cara *purposive sampling*. Sampel purposif adalah teknik yang mencakup orang-orang yang diseleksi dengan dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2010, p. 158), yaitu sebagai berikut:

1. Menonton Vlog Suhay Salim
2. Mengikuti Vlog Suhay Salim terbaru
3. *Fansbase* Suhay Salim

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan pertimbangan populasi yang jumlahnya sudah diketahui (Kriyantono, 2010, p. 162). Perhitungannya adalah sabagai berikut:

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

keterangan:

n =jumlah sampel

N =jumlah populasi

e =tingkat toleransi kesalahan sampel yaitu 5%

$$n = \frac{156}{1 + 156(0,05)^2}$$

$$n = \frac{156}{1 + 156 (0,0025)}$$

$$n = \frac{156}{1 + 0,39}$$

$$n = \frac{156}{1,39}$$

$$n = 112.23$$

maka jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 112 orang. Namun, pada penelitian ini peneliti mengambil jumlah 120 orang. Untuk mendapatkan responden, peneliti memberikan kuesioner kepada admin Tersulailah yang disebarakan kepada *fans* Suhay Salim. Kemudian *fans* Suhay Salim mengisi kuesioner yang telah disebar itu. Siapa saja dari *fans* bisa mengisi kuesioner. Teknik ini digunakan karena peneliti merasa kesulitan untuk menemukan sampel di mana siapa saja bisa menonton vlog Suhay Salim tersebut.

3.4 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini peneliti menempatkan ada dua variabel, yaitu variabel independen. Pertama, GS (*Gratification Sought*) merupakan kepuasan yang dicari saat menggunakan media tertentu, yang didasari oleh motif atau tujuan tertentu. Dalam penelitian ini, GS diartikan sebagai menonton vlog Suhay Salim tentang produk kecantikan yang didasari oleh konsep McQuail pada 1974 namun, pada penelitian ini peneliti hanya menggunakan dua dimensi saja, yaitu dimensi informasi dan dimensi identitas pribadi.

Kedua, GO (*Gratification Obtained*) merupakan kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah menggunakan media tertentu. Dalam penelitian ini, GO diartikan sebagai kebutuhan pengguna yang terpenuhi setelah menonton vlog Suhay Salim tentang produk kecantikan, sehingga menimbulkan kepuasan. Secara garis besar dapat dilihat pada tabel 3.1 dan tabel 3.2.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought*

Variabel	Dimensi	Indikator
Motif menonton Vlog Suhay Salim	Motif mencari informasi	Keinginan memperoleh informasi tentang perkembangan kecantikan
		Keinginan memperoleh informasi mengenai berbagai referensi brand dan produk terbaru dari <i>haul</i>
		Keinginan memperoleh informasi mengenai pengetahuan pemakaian produk kecantikan (tutorial)
		Keinginan memperoleh informasi mengenai perawatan kecantikan yang dilakukan setiap harinya
		Keinginan memperoleh informasi mengenai tips dan trik mengenai kecantikan
		Keinginan memperoleh informasi tentang <i>review</i> produk kecantikan terbaru

		Keinginan memperoleh informasi mengenai warna lipstick
		Keinginan memperoleh informasi mengenai cara berdandan yang cocok dengan diri sendiri
		Keinginan memperoleh informasi mengenai perawatan kecantikan yang cocok dengan diri sendiri
		Keinginan memperoleh informasi mengenai warna lipstick yang cocok dengan diri sendiri
	Motif Identits Pribadi	Keinginan untuk mengembangkan kemampuan dalam berdandan
		Keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri dalam berdandan

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained*

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepuasan setelah menonton vlog Suhay Salim	Kepuasan mencari informasi	Dapat memperoleh informasi tentang perkembangan kecantikan
		Dapat memperoleh informasi mengenai berbagai referensi brand dan produk terbaru dari <i>haul</i>
		Dapat memperoleh informasi mengenai pengetahuan pemakaian produk kecantikan (tutorial)
		Dapat memperoleh informasi mengenai perawatan kecantikan yang dilakukan setiap harinya
		Dapat memperoleh informasi mengenai tips dan trik mengenai kecantikan
		Dapat memperoleh informasi tentang <i>review</i> produk kecantikan terbaru
		Dapat memperoleh informasi mengenai warna lipstick
		Dapat memperoleh informasi mengenai cara

		berdandan yang cocok dengan diri sendiri
		Dapat memperoleh informasi mengenai perawatan kecantikan yang cocok dengan diri sendiri
		Dapat memperoleh informasi mengenai warna lipstick yang cocok dengan diri sendiri
	Kepuasan identitas pribadi	Dapat mengembangkan kemampuan dalam berdandan
		Dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam berdandan

Variabel pernyataan diukur menggunakan skala *likert*, metode skala yang digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan yang harus diisi responden (Kriyantono, 2010, p. 138). Tanggapan dari responden dalam penelitian ini dibagi menjadi empat pilihan skala *likert* yang dibagi dua penilaian, yaitu motif atau tujuan mencari informasi dan kepuasan dalam memperoleh informasi. Pada motif atau tujuan mencari informasi penilaian dijelaskan sebagai berikut:

Nilai 1: Sangat tidak setuju

Nilai 2: Tidak setuju

Nilai 3: Setuju

Nilai 4: Sangat setuju

Berikut, pada kepuasan dalam memperoleh informasi dengan menjelaskan penilaian sebagai berikut:

Nilai 1: Sangat tidak puas

Nilai 2: Tidak puas

Nilai 3: Puas

Nilai 4: Sangat puas

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai data primer dan data sekunder. Sumber primer data adalah sumber data yang langsung memberikan datanya kepada pengumpul data (Sugiyono, 2011, p. 137). Data primer merupakan data yang didapat dari sumber data pertama atau tangan pertama. Sumber data primer diperoleh melalui penelitian lapangan atau observasi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode pertanyaan. Metode pertanyaan yang akan menggunakan berupa kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2011, p. 142). Peneliti akan membagikan kuesioner kepada seluruh responden yang telah dijadikan sampel penelitian, yaitu khalayak penonton

yang difokuskan pada *fans* Tersulailah yang menonton vlog Suhay Salim. Tujuan dari pembuatan kuesioner ini adalah untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan tujuan survei.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2018, p. 51). Pada penelitian ini pengujian *Confirmatory Factor Analysis* dilakukan melalui SPSS versi 25. Uji yang dipakai pada penelitian ini digunakan untuk mengukur korelasi yang terdapat antara variabel. Semakin tinggi hasil validitasnya, maka akan semakin menggambarkan tingkat kesahan pada suatu penelitian. Pengujian validitas ini dilakukan apabila KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) lebih besar dari 0.5, sedangkan untuk *Bartlett's test* nilainya lebih kecil dari 0.05.

Berikut merupakan hasil uji validitas yang dilakukan peneliti dengan validitas pertama untuk mengetahui valid atau tidaknya indikator dari motif khalayak mencari informasi yang mereka butuhkan pada vlog Suhay Salim pada YouTube yang dijelaskan sebagai berikut:

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

Tabel 3.3

Hasil Uji Validitas KMO dan Bartlett's Test (Motif khalayak mencari informasi yang mereka butuhkan pada vlog Suhay Salim pada YouTube)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.712
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	210.307
	Df	66
	Sig.	.000

Dari hasil data penelitian pada tabel di atas menjelaskan bahwa seluruh pernyataan mengenai motif khalayak mencari informasi yang mereka butuhkan pada vlog Suhay Salim pada YouTube dinyatakan valid karena hasil dari nilai KMO lebih besar dari 0.5, yaitu 0.712. Selain itu, nilai *Bartlett's test* sangat signifikan 0.000 atau lebih kecil dari 0.05.

Selain itu, dilakukan uji validitas kedua untuk mengetahui valid atau tidaknya indikator dari kepuasan khalayak memperoleh informasi pada vlog Suhay Salim pada YouTube, berikut hasil dari uji validitas kedua:

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

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas KMO dan Bartlett's Test (Kepuasan khalayak memperoleh informasi pada vlog Suhay Salim pada YouTube)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.656
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	352.666
	Df	66
	Sig.	.000

Dari hasil data pada tabel di atas, maka dapat dilihat kalau pernyataan mengenai kepuasan khalayak dalam memperoleh informasi pada vlog Suhay Salim pada YouTube dinyatakan valid. Hasil dari nilai KMO lebih besar dari 0.5, yaitu 0.656 dan nilai *Bartlett's test* memiliki hasil yang signifikan sebesar 0.000 yang lebih kecil dari 0.05.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Kriyantono menyatakan bahwa alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama, walau digunakan berulang kali (Kriyantono, 2010, p. 145). Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut (tidak berubah-ubah), dapat diandalkan (*dependable*), dan tetap/ ajeg (*consistent*). Reliabilitas ini mempunyai arti alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan, dan juga tetap. Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas ini, dijelaskan sebagai berikut:

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

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan menggunakan SPSS versi 25. Diketuinya suatu data reliabel atau tidak apabila *Cronbach's Alpha* dari satu variabel lebih dari 0.60, tetapi jika *Cronbach's Alpha* dari variabel yang diteliti pada penelitian ini kurang dari 0.60 maka variabel dinyatakan tidak reliabel. Berikut penjelasan dari hasil pengujian reliabilitas yang dilakukan peneliti:

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas pada motif khalayak mencari informasi yang mereka butuhkan pada vlog Suhay Salim pada YouTube

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	12

Dapat diketahui dari data tabel di atas bahwa 12 pernyataan mengenai motif khalayak mencari informasi yang mereka butuhkan pada vlog Suhay Salim pada YouTube dinyatakan reliabel dari hasil *Cronbach's Alpha* sebesar 0.889, yaitu lebih besar dari 0.60.

Kemudian, pengujian reliabilitas selanjutnya adalah kepuasan khalayak memperoleh informasi pada Vlog Suhay Salim pada YouTube, yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.6

Hasil Uji Reliabilitas pada kepuasan khalayak memperoleh informasi pada Vlog Suhay Salim pada YouTube

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	12

Dari tabel yang ada di atas, dapat dilihat bahwa 12 pernyataan mengenai kepuasan khalayak memperoleh informasi pada Vlog Suhay Salim pada YouTube dinyatakan reliabel karena hasil *Cronbach's sebesar* 0.928 yaitu lebih besar dari 0.60.

3.7 Teknik Analisis Data

Maleong dalam buku Kriyantono (2010, p. 167) menjelaskan “analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditentukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.”

Setelah data terkumpul maka selanjutnya dilakukan pengolahan data, pengolahan data ini mencakup kegiatan mengedit data dan mengkode data. Kemudian menghitung skor dari setiap indikator pertanyaan.

Pengertian analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah: mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang

diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiyono, 2011, p. 147).

Tahapan analisis data pada penelitian ini dimulai dengan memeriksa data yang sudah terkumpul kemudian mengeditnya sehingga terkumpul data yang benar saja. Dari kumpulan data tersebut diberikan skor untuk masing-masing pertanyaan dari variabel, dari *gratification sought* (GS) maupun dari *Gratification Obtained* (GO) dengan menggunakan skala *likert*. Selanjutnya dijumlahkan sehingga diperoleh hasil yang berbentuk skor dari GS dan GO. Setelah mendapatkan hasil skor dari GS dan GO, maka dilakukan perbandingan nilai antara GS dan GO.

Terdapat hipotesis, jika hasil $GS > GO$ maka motif dan kepuasan khalayak tidak terpenuhi dan vlog Suhay Salim di YouTube belum bisa memuaskan khalayak. Jika hasil $GS = GO$ maka terdapat keseimbangan antara motif dan kepuasan khalayak yang menonton vlog Suhay Salim. Namun, jika hasil $GS < GO$ maka vlog Suhay Salim di YouTube telah memuaskan para khalayak.

Selain itu, untuk mengetahui ada dan tidaknya perbedaan rata-rata antara kedua kelompok sampel yang berpasangan antara GS dan GO, maka digunakan uji *paired t-test*. Rumus t-test digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval/ rasio dan *size effect*. Tujuannya untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang benar-benar signifikan atau hanya kesalahan menggunakan teknik samplingnya (Kriyantono, 2010, p. 188).

Rumus *paired t-test* yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menguji perbedaan antara GS dan GO, rumusnya yaitu:

$$t = \frac{MX - MY}{\sqrt{\frac{\sum D^2 - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}$$

Di mana:

MX dan MY adalah rata-rata skor sekelompok X dan Y

D adalah selisih skor kelompok X dan Y

N adalah jumlah pasangan skor

Rumus *effect size* yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu:

$$r = \frac{\sqrt{t^2}}{t^2 + df}$$

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA