



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

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Kriyantono dalam Teknik Praktis Riset Komunikasi menjelaskan (2006: 69) bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat suatu penelitian mendeskripsikan secara sistematis, factual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Bungin (2005: 36) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, sebagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi.

Metode yang digunakan adalah metode survei. Kriyantono (2006: 59) menjelaskan survei merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Penelitian ini menggunakan survei deskriptif. Jenis survei ini digunakan untuk mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti. Dimana peneliti mencoba mengumpulkan data melalui kuesioner yang akan dibagikan kepada sejumlah responden, mengenai persepsi khalayak penonton program traveling di Youtube tentang pariwisata Indonesia.

3.2 Teknik Pengumpulan Data

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan dua macam skala. Skala yang pertama digunakan adalah skala ordinal. Skala ini digunakan untuk mengukur dimensi Stimuli. Riduwan dalam Rumus dan Data Dalam Analisis Statistika (2007: 84) menjelaskan skala ordinal merupakan skala yang didasarkan pada rangking, diurutkan dari jenjang yang lebih tinggi sampai jenjang yang terendah atau sebaliknya.

Sedangkan skala yang digunakan untuk mengukur dimensi Atensi dan Intepretasi adalah Skala Likert. Nasution dalam Metode Research (Penelitian Ilmiah) (2000: 63) menjelaskan skala likert merupakan jenis skala yang mempunyai realibilitas tinggi dalam mengurutkan manusia berdasarkan intensitas sikap tertentu. Skala Likert dalam menafsikan data relatif mudah. Skor yang lebih tinggi menunjukkan sikap yang lebih tinggi taraf atau intensitasnya dibanding dengan skor yang lebih rendah.

Dengan menggunakan skala ini maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Setiap jawaban akan diberikan skor, yakni:

Tabel 3.1
Instrument Skala Likert

No.	Pertanyaan	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Pengamatan observasi dilakukan terhadap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara, angkatan 2012. Penelitian dibataskan hanya pada mahasiswa yang mengetahui dan pernah menonton program Jalan-Jalan Men, maka dari itu peneliti telah melakukan penyeleksian sampel pada tahapan sebelumnya.

Kriyantono (2009: 96) menjelaskan proses selanjutnya responden akan diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Responden hanya memberikan jawaban berupa tanda silang (x) seperti pada petunjuk yang sesuai dengan pengalaman, atau yang dirasakan berdasarkan realitas yang dialami oleh responden.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Warsito menjelaskan (1992: 49), populasi yaitu sekumpulan unsur atau elemen yang menjadi objek penelitian dan elemen populasi itu

merupakan satuan analisis. Dengan demikian populasi adalah keseluruhan objek yang akan diteliti baik berupa benda, manusia, peristiwa ataupun gejala yang akan terjadi. Seperti yang dijelaskan oleh Bugin (2010: 99) bahwa populasi merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan gejala, nilai, peristiwa dan sebagainya, sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa S-1, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara (UMN) angkatan 2012, yang menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun hiburan mereka. Dalam hal ini ialah penonton tayangan *Jalan-Jalan Men*.

Sebelum penelitian ini dilakukan, peneliti telah terlebih dahulu menyeleksi atau melakukan pre-survei untuk mendata mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara mana saja yang mengetahui dan pernah menonton tayangan tayangan *Jalan-Jalan Men*, di dapat jumlah 54 orang.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan seluruh anggota populasi untuk dijadikan sampel. Seperti yang dijelaskan oleh Usman & Akbar dalam skripsi Farhatin Ladia (2009: 49) penelitian yang menggunakan seluruh anggota populasinya disebut sampel total (*total sampling*) atau sensus.

Penggunaan metode ini berlaku jika anggota populasi relatif kecil (mudah dijangkau). Dalam penelitian ini, karena jumlah populasi relatif kecil dan relatif mudah dijangkau, maka penulis menggunakan metode *total sampling*. Dengan metode pengambilan sampel ini diharapkan hasilnya dapat cenderung lebih mendekati nilai sesungguhnya dan diharapkan dapat memperkecil pula terjadinya kesalahan/penyimpangan terhadap

Adapun karakteristik yang diperlukan sebagai sampel, yakni :

1. Mahasiswa jurusan Jurnalistik, fakultas Ilmu Komunikasi, di Universitas Multimedia Nusantara, angkatan 2012.
2. Mengetahui dan menonton tayangan *Jalan-Jalan Men*.

3.4 Definisi Operasional

Konsep dalam penelitian ini adalah persepsi yang diukur dengan persepsi khalayak terhadap pariwisata dalam tayangan *Jalan-Jalan Men*, dengan menggunakan dimensi stimuli, atensi, dan intepretasi.

Indikator yang digunakan pada dimensi stimuli, adalah :

a. Frekuensi

Melihat seberapa besar frekuensi menonton responden terhadap tayangan JJM, dalam penelitian ini frekuensi dilihat dari jumlah episode yang ditonton oleh responden. Diukur dalam tiga tingkat, yaitu :

- Sering, bila responden menilai dirinya sering menonton tayangan JJM.

- Sedang, bila responden menilai dirinya cukup menonton tayangan JJM.
- Jarang, bila responden menilai dirinya jarang menonton tayangan JJM.

b. Lama waktu menonton

Melihat seberapa lama durasi responden saat menonton tayangan JJM.

Diukur dalam tiga tingkat, yaitu

- Penuh, bila responden menonton dari awal hingga akhir tayangan.
- Sedang, bila responden menonton hanya sebagian dari tayangan.
- Sepintas, bila responden hanya menonton sepintas.

Indikator yang digunakan pada dimensi Atensi, adalah :

a. Lokasi wisata

Daya tarik suatu tempat wisata terbagi menjadi dua yaitu site attractions dan event attractions. Site attractions meliputi lokasi yang tetap seperti kebun binatang, keraton dan museum. Sedangkan event attractions meliputi festival, pameran atau pertunjukan kesenian daerah.

b. Sarana dan pra sarana

Selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan. Selain itu ada kebutuhan akan *support industries* seperti toko *souvenir*, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi.

Pemenuhan sarana dan pra sarana merupakan suatu cara untuk menciptakan suasana yang cocok bagi perkembangan pariwisata.

c. Biaya

Menurut Oka A.Yoeti (2008) ketika melakukan perjalanan wisata wisatawan akan menggunakan pendapatan bebas (*disposable income*) untuk keperluan wisata seperti *hotel accomodation, food and beverages, transportations* dan *others (laundry, newspapers)*. Dalam indicator ini meliputi biaya retribusi masuk, biaya penginapan, biaya konsumsi, biaya dokumentasi, serta biaya-biaya lain yang relevan.

d. Warga sekitar

Menurut James J.Spillane dalam Anthony Fransisko Siallagan (2011: 15) kebutuhan dasar akan keamanan dan perlindungan harus disediakan dan juga keuletan serta keramahaman tenaga kerja wisata perlu dipertimbangkan supaya wisatawan merasa aman dan nyaman selama perjalanan wisata.

e. Graphic yang ditambahkan

Graphic atau animasi pada program JJM selalu ditambahkan pada masing-masing episode. Graphic yang digunakan berupa teks, gambar, maupun efek tertentu.

f. Host & Co-host

Gaya presentasi host dan co-host (Jebraw dan Naya) pada program JJM tentunya akan mempengaruhi khalayak yang menonton, baik dampak positive maupun negative.

g. Angle pengambilan gambar

tayangan JJM hadir dengan memberikan visualisasi pemandangan keindahan suatu lokasi wisata dengan teknik dan angle pengambilan gambar yang berbeda-beda.

h. Music latar

Selain memanfaatkan suara dari host dan co-host, tayangan JJM juga menggunakan music latar untuk beberapa scene.

Sedangkan, indikator yang digunakan untuk dimensi Interpretasi adalah:

a. Lokasi wisata Indonesia banyak yang belum dikunjungi wisatawan

Sesuai dengan visi dan misi program JJM, yakni mempromosikan daya tarik lokasi wisata di Indonesia yang belum banyak diketahui oleh masyarakat Indonesia.

b. Lokasi wisata Indonesia kaya akan pemandangan alam

Pemandangan alam merupakan salah satu daya tarik yang menjadi ciri khas serta nilai lebih bagi suatu lokasi wisata. Daya tarik ini lah yang nantinya akan dijadikan pertimbangan wisatawan untuk mengunjungi suatu lokasi wisata. Pemandang alam bermacam-macam, seperti pemandangan berupa pegunungan, hutan, lautan, pantai, dan lainnya.

c. Lokasi wisata di Indonesia tidak membutuhkan biaya besar untuk dikunjungi

Selain daya tarik yang dimiliki oleh suatu lokasi wisata, biaya juga menjadi pertimbangan bagi para wisatawan untuk mengunjungi lokasi wisata.

d. Lokasi wisata Indonesia dilengkapi fasilitas penginapan

Selama tinggal ditempat tujuan wisata wisatawan memerlukan tidur, makan dan minum oleh karena itu sangat dibutuhkan fasilitas penginapan.

e. Lokasi wisata Indonesia memiliki fasilitas penjualan souvenir khas
Kebutuhan akan *support industries* seperti toko *souvenir*, cuci pakaian, pemandu, dan fasilitas rekreasi.

f. Lokasi wisata Indonesia memiliki pemandu wisata
Sebagai orang asing yang berada di wilayah baru dengan tujuan untuk menikmati lokasi wisata, tentunya wisatawan membutuhkan arahan mengenai sejarah maupun kondisi lokasi wisata tersebut. Pemandu wisata di pekerjakan untuk memberikan informasi lengkap mengenai lokasi wisata kepada para wisatawan.

g. Lokasi wisata Indonesia memiliki warga sekitar yang suka berinteraksi dengan wisatawan

Sikap dari warga sekitar di lokasi wisata juga dapat mempengaruhi potensi perkembangan suatu lokasi wisata. Wisatawan tentunya membutuhkan rasa aman dan nyaman untuk berada di suatu lokasi wisata, hal ini dapat dirasakan jika warga sekitar dapat berinteraksi dengan baik dengan wisatawan.

h. Lokasi wisata Indonesia di promosikan melalui tayangan *Jalan-Jalan Men*

Media merupakan wadah promosi yang efisien karena sifatnya yang mudah diakses oleh siapa saja dan dimana saja.

- i. Lokasi wisata Indonesia di gambarkan dengan baik dalam tayangan Jalan-Jalan Men

JJM merupakan tayangan traveling yang bertujuan untuk mempromosikan suatu lokasi wisata agar lebih diketahui oleh orang banyak dan mendapatkan perhatian lebih sehingga potensinya dapat ditingkatkan. JJM mengemas setiap episodenya agar tidak berdampak negative kepada penonton.



UMN

Tabel 3.2

Operasional Konsep

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
	Stimuli	<ul style="list-style-type: none"> • Banyaknya episode program JJM yang ditonton • Lama waktu menonton program JJM 	Ordinal
Persepsi Khalayak Penonton program Traveling di Youtube terhadap Pariwisata Indonesia	Atensi	<p>Tingkat perhatian khalayak dalam menonton program JJM, terkait dengan :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Daya tarik lokasi wisata • Sarana dan pra sarana di lokasi wisata • Transportasi untuk mencapai lokasi wisata • Biaya yang dibutuhkan untuk ke suatu daerah wisata • Warga sekitar lokasi wisata • Graphic yang ditambahkan • Gaya presentasi host dan co-host • Angle pengambilan gambar yang memperlihatkan kondisi lokasi wisata • Music latar 	Likert

Interpretasi	<p>Penafsiran khalayak terhadap pesan pariwisata di program JJM, seperti :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lokasi wisata Indonesia banyak yang belum dikunjungi oleh wisatawan • Lokasi wisata di Indonesia kaya pemandangan alam • Lokasi wisata di Indonesia tidak membutuhkan biaya besar untuk dikunjungi • Lokasi wisata Indonesia dilengkapi fasilitas penginapan • Lokasi wisata Indonesia memiliki fasilitas penjualan souvenir khas • Lokasi wisata Indonesia memiliki pemandu wisata • Lokasi wisata Indonesia memiliki warga sekitar yang suka berinteraksi dengan wisatawan • Lokasi wisata di Indonesia di promosikan oleh tayangan Jalan-Jalan Men • Lokasi wisata Indonesia 	Likert
--------------	--	--------

	digambarkan dengan baik oleh tayangan Jalan-Jalan Men	
--	--	--

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Arikunto dalam Kriyantono (2010: 96) menjelaskan bahwa instrumen pengumpulan data atau instrumen riset adalah alat yang dipilih dan digunakan oleh peneliti dalam kegiatan pengumpulan data, agar menjadi sistematis dan mudah. Dalam melakukan penelitian, peneliti harus melakukan pengumpulan data yang sangat menentukan sebuah riset. Teknik pengumpulan data dalam riset kuantitatif adalah kuesioner dan dokumentasi.

Seperti yang dijelaskan oleh Dajan dalam Pengantar Metode Statistik (1986: 21) data kuantitatif yang dibutuhkan harus akurat, *up to date*, komprehensif dan relevan bagi persoalan yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan data primer dan data sekunder.

3.5.1 Data Primer

Sarwono melalui buku Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif (2006: 129) menjelaskan bahwa data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi ataupun dalam bentuk *file-file*. Data ini harus dicari melalui narasumber atau dalam istilah teknisnya responden, yaitu orang yang kita

jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai saran mendapatkan informasi ataupun data.

Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

Mardalis (2008: 66) menjelaskan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data melalui formulir- formulir yang berisi pertanyaan-pertanyaan yang diajukan secara tertulis pada seseorang atau sekumpulan orang untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan dan informasi yang diperlukan oleh peneliti.

Daftar pertanyaannya dibuat secara berstruktur dengan bentuk pertanyaan pilihan berganda (*multiple choice questions*) dan pertanyaan terbuka (*open question*). Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang persepsi pariwisata Indonesia dari populasi.

3.5.2 Data Sekunder

Bungin (2011: 132) menjelaskan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang dibutuhkan. Data sekunder yang digunakan diperoleh dari data yang diolah oleh berbagai pihak yang biasanya sudah dalam bentuk publikasi, yaitu buku, jurnal, artikel, catatan tahunan dari dinas terkait dan skripsi terdahulu yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

3.6 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan jenis analisis data berupa analisis univariat. Kriyantono (2010: 168) menjelaskan analisis univariat adalah analisis terhadap satu variabel. Teknik ini digunakan untuk riset statistik deskriptif. Hal ini digunakan untuk menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada.

3.7 Teknik Pengukuran Data

Teknik pengukuran data yang perlu dilakukan dalam penelitian kuantitatif adalah uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji apakah alat ukur dalam penelitian ini kuesioner sudah tepat untuk menentukan batasan-batasan kebenaran suatu indikator variabel yang dicari pada data tertentu (Bungin, 2006: 96).

3.7.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi Validitas ingin mengukur apakah pertanyaan dalam kuesioner yang sudah kita buat betul-betul dapat mengukur apa yang hendak kita ukur (Ghozali, 2002: 49).

Arikunto (2002: 144) menjelaskan bahwa uji validitas suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi, sedangkan instrument yang kurang valid berarti memiliki validitas yang rendah.

Uji validitas dilakukan dengan mengambil 20 responden, maka nilai r tabel adalah 0,444, dikatakan valid jika r hitung \geq 0,444 dan sebaliknya dikatakan tidak valid jika r hitung \leq 0,444.

Tabel 3.3
Uji Validitas

		total
A1	Pearson Correlation	.463*
	Sig. (2-tailed)	0.04
	N	20
A2	Pearson Correlation	.474*
	Sig. (2-tailed)	0.035
	N	20
A3	Pearson Correlation	.469*
	Sig. (2-tailed)	0.037
	N	20
A4	Pearson Correlation	.543*
	Sig. (2-tailed)	0.013
	N	20
A5	Pearson Correlation	.523*
	Sig. (2-tailed)	0.018
	N	20
A6	Pearson Correlation	.632**

	Sig. (2-tailed)	0.003
	N	20
A7	Pearson Correlation	.803**
	Sig. (2-tailed)	0
	N	20
A8	Pearson Correlation	.572**
	Sig. (2-tailed)	0.008
	N	20
A9	Pearson Correlation	.600**
	Sig. (2-tailed)	0.005
	N	20
I1	Pearson Correlation	.582**
	Sig. (2-tailed)	0.007
	N	20
I2	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	0.004
	N	20
I3	Pearson Correlation	.484*
	Sig. (2-tailed)	0.031
	N	20
I4	Pearson Correlation	.654**
	Sig. (2-tailed)	0.002
	N	20
I5	Pearson Correlation	.470*
	Sig. (2-tailed)	0.037
	N	20
I6	Pearson Correlation	.582**
	Sig. (2-tailed)	0.007
	N	20
I7	Pearson Correlation	.531*
	Sig. (2-tailed)	0.016
	N	20
I8	Pearson Correlation	.574**
	Sig. (2-tailed)	0.008
	N	20
I9	Pearson Correlation	.662**
	Sig. (2-tailed)	0.001

	N	20
TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Berdasarkan nilai t tabel korelasi pearson diatas, dapat dilihat bahwa korelasi pearson pada setiap nomor menunjukkan angka > 0.444, maka dapat dinyatakan bahwa ada korelasi yang nyata antara setiap butir pertanyaan. Dengan kata lain setiap butir pertanyaan dalam kuesioner penelitian persepsi penonton tayangan Jalan-Jalan Men terhadap Pariwisata Indonesia dianggap valid.

3.7.2 Uji Realibilitas

Ghozali (2002: 45) menjelaskan realibilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Dengan kata lain, suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika Cronbach's Alpha > 0,444 maka reliabel
2. Jika Cronbach's Alpha < 0,444 maka tidak reliable

Tabel 3.4

Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	18

Berdasarkan tabel *reliability statistic*, tampak *Cronbach's Alpha* menunjukkan angka $0.747 > 0.444$ hal ini menunjukkan bahwa alat ukur pada subjek dapat digunakan atau reliabel.

UMMN