



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

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. “Riset digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku, atau objek tertentu lainnya. Berupaya menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti tanpa berupaya menjelaskan hubungan-hubungan yang ada,” (Kriyantono, 2007, h.69). Sifat atau jenis penelitian ini adalah eksplanatif, peneliti disini akan menjelaskan bagaimana keterkaitan antara satu variabel dengan variabel yang lain.

Pada penelitian ini memiliki variabel motif dan kepuasan khalayak perempuan pada *content beauty* pada portal *Wolipop.com*. Pengaruh motif atau tujuan dari pencarian informasi yang mempengaruhi kepuasan khalayak para pembaca *content beauty* di portal *Wolipop.com* ini dimana perempuan berperan secara aktif dalam penggunaan media tersebut dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai kecantikan. Dalam pemenuhan informasi tersebut perempuan yang mengakses portal *Wolipop.com* untuk mendapatkan berita-berita mengenai kecantikan pada *content beauty*.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei. Untuk itu penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai *instrument* utama dalam pengumpulan datanya. Metode survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai *instrument* pengumpulan datanya dengan tujuan untuk memperoleh informasi dari sejumlah responden yang dianggap mewakili sejumlah populasi tertentu (Kriyantono, 2007, h.60).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi Penelitian

Keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti disebut populasi (Kriyantono, 2007, h.149). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012, h.80).

Populasi dalam penelitian ini merupakan khalayak perempuan pada *followers twitter media online Wolipop.com*. Dipilihnya populasi tersebut karena pada saat ini perempuan terlihat sangat aktif dalam menggunakan *gadget*, dimana *gadget* tersebut merupakan suatu benda yang memang sering digunakan oleh khalayak saat ini pada keseharian mereka. Tidak dipungkiri bahwa pencarian informasi sering dilakukan oleh mereka dengan menggunakan alat tersebut pada media *online* dan tentunya pada khalayak perempuan yang membaca portal *Wolipop.com* terutama pada *content beauty*.

3.3.2 Sampel Penelitian

Metode sampling yang dilakukan pada penelitian ini adalah *probability sampling* yang dilakukan pada sampel pertama hingga sampel ke-20. Teknik pengambilan sampel ini memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2012, h.82). Selanjutnya, pada sampel ke-21 hingga ke-100 teknik sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh peneliti (Kriyantono, 2009, h.158).

Pada jenis *sampling* yang dilakukan pada penelitian ini salah satunya adalah *sampling* sistematis. Pada jenis sampling ini dimana peneliti terlebih dahulu melihat unsur atau anggota pertama dari sampel dipilih secara random sedangkan data berikutnya menggunakan interval atau pola tertentu.

Peneliti mengambil sampling sistematis dan *accidental sampling* ini, dikarenakan pada penelitian ini memiliki populasi yang cukup besar dari *followers twitter Wolipop.com* sebesar 438.134 populasi. Kemudian, populasi penelitian ini bersifat homogen, karena peneliti mengambil kriteria khalayak perempuan dan pembaca *content beauty media online Wolipop.com*. Bentuk umum dari *sampling* sistematis ini merupakan probabilitas atau metode yang sama di mana setiap k elemen dalam satu populasi ini dipilih. Di mana k sampling interval yang dihitung sebagai:

$$k = \frac{N}{n}$$

dimana: n adalah ukuran sampel

N adalah ukuran populasi

Pada teknik *accidental sampling* ini peneliti memilih siapa saja yang kebetulan terlihat oleh peneliti untuk dijadikan sampel. Peneliti melakukan *scroll* terhadap *followers twitter Wolipop.com* secara acak. Teknik ini digunakan, karena peneliti merasa kesulitan untuk menemukan sampel hingga *followers* ke-438.134 setiap peneliti melakukan scroll lebih dari sampel ke-20 akun *twitter Wolipop.com* mengalami kegagalan untuk mencari sampel tersebut.

Metode slovin digunakan dalam pencarian sampel pada penelitian ini. Pertanyaan seringkali diajukan dalam metode pengambilan sampel adalah berapa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Metode slovin merupakan salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel.

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

dimana :

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (error tolerance)

Maka dalam hal ini, jumlah populasi disini adalah 438.134 dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10% dengan tingkat akurasi sebesar 90%. Penggunaan batas toleransi 10% ini karena dalam penelitian ini bersifat homogen, seperti populasi yang dipilih adalah khalayak perempuan. Maka, pada penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah:

$$n = \frac{438.134}{(1 + 438.134 \times 10\%^2)} = \frac{438.134}{4382,34} = 99,97 \approx 100 \text{ sampel}$$

Ditemukan hasil dari rumus slovin, yaitu 100 sampel. Kemudian, dari angka sampel tersebut peneliti memasukkan cara pengambilan pada *systematic sampling*, yang dijelaskan sebagai berikut:

$$k = \frac{438.134}{100} = 4381.34 \approx 4.380$$

Sehingga, setiap populasi 4.380 akan dipilih setelah titik awal acak antara 1 dan 4.380. Maka, cara pengambilan sampel pada penelitian ini adalah:

$$\text{Unsur 1} = 10$$

$$\text{Unsur 2} = 10 + 4.380$$

$$\text{Unsur 3} = 10 + 2 \cdot 4.380$$

$$\text{Unsur 4} = 10 + 3 \cdot 4.380, \text{ dan seterusnya hingga unsur 20.}$$

Kemudian, pada sampel 21 hingga 100 responden peneliti menggunakan teknik *accidental sampling*. Pada teknik ini peneliti melakukan *scroll*

terhadap akun *twitter Wolipop.com* hingga berhenti pada satu *follower*. Penulis memilih responden ini secara acak dengan melihat apakah responden tersebut sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti.

3.4 Teknik Pengukuran Data

3.4.1 Operasionalisasi Konsep

Dalam penelitian ini peneliti menempatkan dua variabel, yaitu variabel independen. Pertama, *Gratification Sought* merupakan tujuan atau motif penggunaan media portal *Wolipop.com* dalam membaca informasi dalam *content beauty*. Kedua, variabel dependen yaitu *Gratification Obtained* merupakan perolehan kepuasan dari khalayak setelah membaca informasi dalam *content beauty* pada portal *Wolipop.com*.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought*

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Gratification Sought</i> (GS)	Motif atau tujuan penggunaan media portal <i>Wolipop.com</i> dalam membaca informasi <i>content beauty</i>	Motif Mencari Informasi Tentang Kecantikan	Ingin mencari informasi tentang perkembangan kecantikan (<i>beauty</i>) yang menjadi <i>trending</i> di khalayak masyarakat.
			Ingin mencari informasi

			mengenai berbagai refrensi seputar <i>brand</i> , produk terbaru, dan <i>update</i> harga dari rubrik <i>beauty products</i> .
			Ingin mencari informasi mengenai pengetahuan seputar inspirasi kecantikan (<i>beauty</i>).
			Ingin mencari informasi mengenai perawatan kecantikan yang dilakukan para selebritas dunia.
			Ingin mencari informasi mengenai tips and tricks seputar kecantikan (<i>beauty</i>)
			Ingin mencari informasi mengenai cara berdandan yang sesuai dengan diri sendiri.
			Ingin mencari informasi mengenai perawatan kecantikan yang sesuai dengan diri sendiri.

		Motif Mencari Informasi Tentang Kesehatan dan Diet	Ingin mencari informasi mengenai kesehatan kecantikan pada rubrik <i>health</i>
			Ingin mencari informasi mengenai diet dan olahraga dalam menjaga bentuk tubuh.
		Motif Interaksi Sosial	Ingin mencari informasi agar dapat berinteraksi mengenai perkembangan kecantikan (<i>beauty</i>) yang menjadi <i>trending topic</i> dengan khalayak
			Ingin mencari informasi mengenai <i>tips and tricks</i> dari kecantikan agar dapat berbagi dengan khalayak

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.2

Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained*

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Gratification Obtained</i> (GO)	Kepuasan setelah membaca informasi <i>content beauty</i> pada portal <i>Wolipop.com</i>	Kepuasan Mencari Informasi Tentang Kecantikan	Dapat mengetahui informasi tentang perkembangan kecantikan (<i>beauty</i>) yang sedang trending di khalayak masyarakat.
			Dapat mengetahui informasi mengenai berbagai refrensi, seputar brand, produk terbaru, dan <i>update</i> harga dari rubrik <i>beauty products</i>
			Dapat mengetahui informasi mengenai pengetahuan seputar inspirasi mengenai kecantikan (<i>beauty</i>).
			Dapat mengetahui informasi mengenai perawatan

			kecantikan yang dilakukan para selebritas dunia
			Dapat mengetahui informasi mengenai <i>tips and tricks</i> seputar kecantikan (<i>beauty</i>)
			Dapat mengetahui informasi mengenai cara berdandan yang sesuai dengan diri sendiri
			Dapat mengetahui informasi mengenai perawatan kecantikan yang sesuai dengan diri sendiri
		Kepuasan Mencari Informasi Tentang Kesehatan dan Diet	Dapat mengetahui informasi mengenai kesehatan kecantikan pada rubrik <i>health</i>
			Dapat mengetahui informasi mengenai diet dan olahraga dalam menjaga bentuk tubuh.
		Kepuasan	Dapat

		Interaksi Sosial	mengetahui informasi agar dapat berinteraksi mengenai perkembangan kecantikan (beauty) yang menjadi <i>trending topic</i> dengan khalayak
			Dapat mengetahui informasi mengenai <i>tips and tricks</i> dari kecantikan untuk berbagi dengan khalayak

Variabel pertanyaan diukur menggunakan *skala likert*, metode skala bipolar yang mengukur baik tanggapan dari suatu populasi terhadap suatu pernyataan, dimana jawaban tersebut dibagi menjadi lima pilihan *skala likert* yang dibagi dengan dua penilaian, yaitu motif pencarian informasi dan kepuasan khalayak dalam memperoleh informasi tersebut. Pada motif pencarian informasi penilaian dijelaskan sebagai berikut:

Nilai 1: Sangat Tidak Setuju

Nilai 2: Tidak Setuju

Nilai 3: Netral

Nilai 4: Setuju

Nilai 5: Sangat Setuju

Selanjutnya, pada kepuasan khalayak dalam memperoleh informasi peneliti menjelaskan penilaiannya sebagai berikut:

Nilai 1: Sangat Tidak Puas

Nilai 2: Tidak Puas

Nilai 3: Cukup Puas

Nilai 4: Puas

Nilai 5: Sangat Puas

3.4.2 Uji Validitas

Uji validitas merupakan ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur (Dwi Priyatno, 2008, h.16). Pada penelitian ini uji *conformatory factor analyst* dilakukan melalui penghitungan SPSS versi 23.0. Uji yang dipakai pada penelitian ini dipakai untuk mengukur korelasi yang terdapat antara variabel. Semakin tinggi hasil dari validitasnya, maka akan semakin menggambarkan tingkat kesahan pada suatu penelitian. Pengujian validitas ini dapat dilakukan apabila KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) lebih besar daripada 0.5 sedangkan untuk *Barlett test* nilainya akan lebih kecil dari 0.05.

Berikut merupakan hasil dari uji validitas yang dilakukan oleh peneliti dengan validitas pertama untuk melihat valid atau tidaknya indikator dari motif atau tujuan khalayak perempuan dalam mencari informasi yang mereka butuhkan pada *content beauty* pada portal *Wolipop.com* yang akan dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.3

Uji Validitas KMO dan *Barlett's Test* (Motif khalayak perempuan dalam pencarian informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com*)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.842
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	243.887
	df	55
	Sig.	.000

Dari data hasil penelitian pada tabel di atas menjabarkan bahwa seluruh pernyataan mengenai motif khalayak perempuan dalam pencarian informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com* seluruhnya dinyatakan valid karena hasil dari nilai KMO lebih besar dari 0.5, yaitu sebesar 0.842. Selain itu nilai *Barlett test* sangat signifikan 0.000 atau lebih kecil dari 0.05.

Kemudian, dilakukan uji validitas kedua untuk melihat valid atau tidaknya indikator dari kepuasan khalayak perempuan dalam memperoleh informasi pada *content beauty* dalam media online portal *Wolipop.com*, berikut adalah tabel dari hasil uji validitas kedua:

Tabel 3.4

Uji Validitas KMO dan *Bartlett's Test* (Kepuasan khalayak perempuan dalam memperoleh informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com*)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.865
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	276.083
	df	55
	Sig.	.000

Berdasarkan dari data tabel yang ada di atas, maka dapat dilihat bahwa pernyataan mengenai kepuasan khalayak perempuan dalam memperoleh informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com* dinyatakan valid karena hasil dari nilai KMO lebih besar 0.5, yaitu 0.865. Selain itu, nilai *Bartlett test* memiliki hasil yang signifikan sebesar 0.000, yaitu lebih kecil dari 0.05.

3.4.3 Uji Reliabilitas

Rahmat Kriyantono (2006, h.145), menyatakan bahwa alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama meskipun digunakan berulang kali. Reliabilitas ini memiliki arti dimana alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan,

dan juga tetap. Dasar pengambilan keputusan ini dalam uji reliabilitas dijelaskan sebagai berikut:

1. Jika, cronbach's alpha < 0.60 maka tidak reliabel
2. Jika, cronbach's alpha > 0.60 maka reliabel

Pada penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23.0. Data menunjukkan reliabel atau tidaknya diketahui apabila *alpha cronbach* dari satu variabel lebih dari 0.60, tetapi apabila *alpha corbach* dari variabel yang diteliti pada penelitian ini kurang dari 0.60 maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Berikut ini akan dijelaskan hasil dari pengujian reliabilitas yang dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas pada motif khalayak perempuan dalam pencarian informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.935	11

Dari data pada tabel yang ada di atas, dapat diketahui bahwa 11 pernyataan mengenai motif khalayak perempuan dalam pencarian informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com* dinyatakan reliabel dari hasil *cronbach's alpha* sebesar 0.935, yaitu lebih besar dari angka 0.60.

Kemudian, pengujian reliabilitas selanjutnya adalah kepuasan khalayak perempuan dalam memperoleh informasi pada *content beauty* dalam media online portal *Wolipop.com*, yang dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas kepuasan khalayak perempuan dalam memperoleh informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.948	11

Berdasarkan penjelasan dari tabel yang ada di atas, maka dapat dilihat bahwa 11 pernyataan mengenai kepuasan khalayak perempuan dalam memperoleh informasi pada *content beauty* dalam portal *Wolipop.com* dinyatakan reliabel dimana hasil *cornbach's alpha* sebesar 0.948 yaitu lebih besar dari angka 0.6.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini memiliki data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumberdata pertama atau tangan pertama dilapangan. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode pertanyaan. Metode pertanyaan ini yang akan digunakan berupa kuesioner

atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, 2012, h.142). Peneliti disini akan membagikan kuesioner kepada seluruh responden yang telah dijadikan sampel penelitian, yaitu khalayak perempuan yang difokuskan pada *followers twitter* dalam portal *Wolipop.com*. Tujuan dari pokok pembuatan kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dengan tujuan survei.

Data sekunder merupakan data yang diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya atau sumber kedua. Pada penelitian ini, peneliti tidak secara langsung mengambil data dari sumbernya melainkan memanfaatkan dokumen atau data yang dihasilkan oleh pihak-pihak lain. Data sekunder ini di dapatkan seperti dari buku, literatur, maupun *internet* yang relevan dengan permasalahan yang akan diteliti. Sumber buku yang digunakan penelitian ini meliputi buku-buku pengantar Ilmu Komunikasi dan literatur berupa skripsi dari penelitian terdahulu dan sumber dari media *online* meliputi portal *Wolipop.com*.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis merupakan suatu proses mengorganisasikan dan mengumpulkan data dalam pola kategori dan suatu ucapan sehingga dapat ditemukan tema analisis data yang dilakukan untuk mengatur pengelompokan, memberi kode dengan mengkategorikan (Kriyantono, 2007, h.103). Setelah data terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan data, dimana pengolahan data ini

mencakup kegiatan mengedit data dan mengkode data. Mengedit data merupakan kegiatan memeriksa data yang terkumpul, apakah sudah terisi secara sempurna atau tidak, lengkap atau tidaknya, dan cara pengisian benar atau tidak. Kemudian menghitung skor dari setiap indikator pertanyaan tersebut.

Pengertian analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data ini adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, metakulasi data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah (Sugiono, 2012, h.147).

Tahapan analisis data pada penelitian ini dimulai dengan memeriksa data yang telah terkumpul kemudian mengeditnya sehingga terkumpul data yang benar. Dari data tersebut diberi skor untuk masing-masing pertanyaan dari variabel, baik dari *gratification sought* maupun *gratification obtained* dengan menggunakan *skala likert*. Kemudian dijumlahkan sehingga diperoleh hasil yang berupa skor dari GS dan GO. Setelah mendapatkan hasil skor dari GS dan GO, maka dilakukan perbandingan nilai GS dan GO.

Terdapat hipotesis, jika $GS > GO$ maka motif dan kepuasan khalayak perempuan tidak terpenuhi dan media *online* portal *Wolipop.com* belum dapat memuaskan khalayaknya. Jika $GS = GO$, maka terdapat keseimbangan antara motif dan kepuasan khalayak. Namun, jika $GS < GO$ maka media *online* portal *Wolipop.com* telah memuaskan khalayak perempuan.

Kemudian, untuk mengetahui ada atau tidaknya perbedaan rata-rata antara dua kelompok sampel yang berpasangan (berhubungan) antara GS dan GO digunakan uji *paired t-test*. Rumus ini digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel pada variabel interval atau rasio. Tujuan dari rumus *t-test* ini adalah untuk mengetahui adanya perbedaan yang benar-benar signifikan atau hanya kesalahan menggunakan teknik samplingnya (Kriyantono, 2007, h.188).

Rumus *t-test paired* yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu menguji perbedaan dua sampel berpasangan untuk data interval atau rasio, rumusnya adalah:

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

di mana:

$\bar{X}$ dan $\bar{Y}$ adalah rata-rata skor kelompok X dan Y

D adalah selisih skor kelompok X dan Y

N adalah jumlah pasangan skor