



### **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 Jenis dan Sifat Penelitian**

Ditinjau dari sifat penelitian, maka penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian eksplanatif. Kriyantono (2012, p. 69) mendefinisikan penelitian eksplanatif sebagai penelitian yang berupaya mencari hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih melalui suatu teori untuk menghasilkan hipotesis penelitian. Sesuai dengan pengertian tersebut, peneliti akan mencari tahu hubungan antara kepuasan informasi penggemar dengan aktivitas penggunaan media berdasarkan teori penggunaan dan kepuasan.

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan peneliti adalah metode survei. Metode survei menurut Malhotra (2010, p. 176) adalah sebuah metode memperoleh informasi dengan mengandalkan pertanyaan-pertanyaan yang ditujukan kepada responden. Responden akan diberikan berbagai macam pertanyaan seputar perilaku, tujuan, sikap, kesadaran, motivasi serta karakter demografis maupun gaya hidup mereka. Mengingat penelitian ini merupakan penelitian yang membahas mengenai motif dan kepuasan pengguna, maka

dari itu peneliti merasa metode survei sangatlah tepat guna untuk penelitian ini.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

#### **3.3.1 Populasi**

Merujuk pada pengertian Sugiyono (2002, dalam Kriyantono, 2012, p. 153) populasi adalah subjek atau objek yang memiliki jumlah atau karakteristik tertentu yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari untuk menarik sebuah kesimpulan. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi penelitian adalah para pengikut akun Twitter *fanbase @GOT7Indonesia*. Namun, mengingat persebaran para penggemar *boyband* GOT7 cukup luas, peneliti akan menjalankan penelitian dengan menggunakan sampel untuk mewakili populasi tersebut.

#### **3.3.2 Sampel**

Sampel menurut Kriyantono (2012, p. 153) adalah sebagian dari jumlah populasi yang diamati dan dipelajari sifat-sifatnya untuk menjelaskan suatu objek atau fenomena secara keseluruhan. Dalam penelitian ini, peneliti akan memilih sebagian dari penggemar yang mengikuti akun Twitter *fanbase @GOT7Indonesia* untuk menjadi sampel penelitian. Untuk menentukan jumlah sample penelitian, peneliti menggunakan ukuran sample oleh Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, dan Rolph E. Anderson.

Hair, dkk. (2014, p. 100) menyebutkan bahwa pada umumnya peneliti tidak melakukan analisa faktor terhadap penelitian yang memiliki jumlah sample kurang dari 50 sample. Penelitian akan menjadi lebih baik bila sample berjumlah 100 atau lebih. Sementara untuk rumusan yang umum, jumlah sample minimum setidaknya berjumlah lima kali dari jumlah variable yang akan dianalisa, dan akan lebih baik lagi jika ukuran sample berbanding ratio 10:1. Berdasarkan pengertian ini maka peneliti akan mengalikan jumlah butiran indikator variabel yang berjumlah total sebanyak 18 butir indikator dengan ratio 10:1. Maka, jumlah sample yang dibutuhkan peneliti adalah sebanyak 180 responden.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1 Data Primer**

Secara garis besar, data penelitian terbagi menjadi dua kategori, yaitu data primer dan data sekunder. Adapun pengertian data primer menurut Kriyantono (2012, p. 41) adalah data pertama atau data yang diperoleh melalui tangan pertama di lapangan. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa data primer yang dapat peneliti peroleh adalah kuisisioner yang peneliti sebar kepada sample penelitian. Kriyantono (2012, p. 97) juga mendefinisikan kuisisioner sebagai sejumlah urutan pertanyaan yang wajib diisi oleh responden. Kuisisioner dapat disebar melalui pos ataupun dengan mendatangi responden secara langsung.

Adapun teknik yang digunakan peneliti adalah teknik *non-probability sampling* yaitu *quota sampling*. Ruslan (2017, p. 156-157) mendefinisikan *quota sampling* sebagai teknik pemilihan sample dengan karakteristik atau ciri tertentu dimana jumlahnya ditentukan sendiri oleh peneliti hingga memenuhi kuota yang diinginkan. Teknik ini digunakan atas dasar pertimbangan sebagian besar anggota populasi didominasi oleh pengikut dari berbagai negara. Sehingga, peneliti memutuskan untuk mengambil sejumlah pengikut yang berdomisili di Indonesia sebagai responden.

Dalam penelitian ini, penyebaran kuisisioner dilakukan selama kurang lebih satu bulan lamanya, terhitung mulai dari 6 Juni 2018 hingga 10 Juli 2018). Melalui deretan *followers* akun Twitter @GOT7Indonesia, peneliti memeriksa asal negara para pengikut satu per satu dan mengirimkan tautan kuisisioner melalui fitur *mention* ataupun *Direct Message* kepada pengikut yang berasal dari Indonesia. Setelah melihat hasil persebaran selama satu minggu pertama, peneliti menilai cara tersebut kurang efektif. Sehingga untuk mempercepat proses penyebaran, peneliti pun bekerja sama dengan pihak pengelola akun @GOT7Indonesia yaitu dengan me-*Retweet* cuitan berisikan tautan kuisisioner setiap minggunya sebanyak satu kali.

Di samping itu, kuisisioner yang peneliti gunakan menggunakan skala Likert sebagai skala alat ukur penelitian. Menurut Kriyantono (2012, p. 138), skala Likert dianggap dapat mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek yang telah ditentukan secara jelas dan berurut oleh peneliti. Umumnya, skala

Likert menghubungkan suatu pertanyaan atau pernyataan dengan jawaban yang terdiri dari dukungan atau pernyataan sikap dalam bentuk kata-kata seperti: Sangat Setuju (SS); Setuju (S); Netral (N); Tidak Setuju (TS); dan Sangat Tidak Setuju (STS). Namun, dalam beberapa kasus penelitian, peneliti diperbolehkan untuk menghilangkan jawaban ragu-ragu, sebab jawaban ini dianggap memiliki makna ganda, atau netral.

Demikian juga dengan penelitian ini, merujuk pada pengertian di atas maka skala yang digunakan peneliti adalah skala Likert dengan meniadakan pilihan jawaban Netral (N) untuk menghindari makna ganda. Maka dari itu, skala instrument akan terdiri dari:

1 yang berarti Sangat Tidak Setuju;

2 yang berarti Tidak Setuju;

3 yang berarti Setuju;

dan 4 yang berarti Sangat Setuju.

### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder menurut pengertian Kriyantono (2012, p. 42) adalah data yang didapat dari sumber kedua atau sumber sekunder. Dalam hal ini, peneliti menggunakan sumber sekunder berupa buku rujukan, skripsi serta jurnal sebagai referensi penelitian terdahulu. Di samping itu, peneliti juga menggunakan beberapa penulisan artikel sebagai penguat argument peneliti.

### 3.5 Operasionalisasi Variabel

Rubin,dkk. (2010, p. 200), mengemukakan, definisi operasional atau operasionalisasi variabel adalah sebuah prosedur yang peneliti ikuti untuk mengobservasi atau mengukur variabel. Merujuk pada rumusan yang dicetuskan oleh Palmgreen dalam Kriyantono (2012, p. 215-218), peneliti menjabarkan gratifikasi sebagai suatu variabel yang terdiri dari dua unsur, yaitu motif (*gratifications sought*) dan kepuasan (*gratifications obtained*). Adapun unsur motif yang digunakan peneliti dalam operasionalisasi konsep merujuk pada macam-macam gratifikasi yang dicetuskan oleh McQuail. Berikut adalah penjabaran macam-macam motif dan kepuasan ke dalam empat kategori, yaitu:

1. Motif informasi, dimana pengguna dianggap memiliki motif informasi apabila pengguna dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekatnya, mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan dunia, mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah, mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat, serta memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan mereka.
2. Motif identitas personal, dimana pengguna dianggap memiliki motif identitas personal apabila pengguna dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pengguna, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan memperoleh nilai lebih sebagai pribadi pengguna.

3. Motif integrasi dan interaksi sosial, dimana pengguna dianggap memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila pengguna dapat memperoleh pengetahuan terkait dengan empati, menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial dengan orang lain, menjalankan peran sosialnya, menjadi dekat dengan orang lain, serta berkeinginan untuk dihargai keberadaannya oleh orang lain.

4. Motif hiburan, dimana pengguna dianggap memiliki motif hiburan apabila pengguna dapat melepaskan diri dari permasalahan, bersantai dan mengisi waktu luangnya, menyalurkan emosi diri serta mendapatkan hiburan dan kesenangan melalui media tersebut.

Sementara itu, gratifikasi atau kepuasan yang diperoleh dapat dijabarkan menjadi empat kategori serupa, yaitu:

1. Kepuasan informasi, dimana pengguna dianggap mendapatkan kepuasan informasi apabila pengguna dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekatnya, mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan dunia, mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah, mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat, serta memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan mereka.

2. Kepuasan identitas personal, dimana pengguna dianggap memiliki kepuasan identitas personal apabila pengguna dapat menemukan penunjang

nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pengguna, mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan memperoleh nilai lebih sebagai pribadi pengguna.

3. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dimana pengguna dianggap memiliki kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila pengguna dapat memperoleh pengetahuan terkait dengan empati, menemukan bahan pembicaraan dan interaksi sosial dengan orang lain, menjalankan peran sosialnya, menjadi dekat dengan orang lain, serta berkeinginan untuk dihargai keberadaannya oleh orang lain.

4. Kepuasan hiburan, dimana pengguna dianggap memiliki kepuasan hiburan apabila pengguna dapat melepaskan diri dari permasalahan, bersantai dan mengisi waktu luangnya, menyalurkan emosi diri serta mendapatkan hiburan dan kesenangan melalui media tersebut.



Berdasarkan penjabaran konsep di atas, maka berikut adalah tabel operasionalisasi konsep yang digunakan untuk kuisioner penelitian:

**Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep**

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan Media Sosial Twitter @GOT7Indonesia	Motif Informasi	1. Mencari tahu informasi resmi terkait jadwal konser, rilis album, pemotretan, penampilan, acara yang dibintangi oleh GOT7 maupun aktivitas lainnya.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
		2. Mencari informasi tambahan berupa tautan ( <i>link</i> ), video maupun gambaran mengenai rumor maupun pendapat netizen yang melibatkan GOT7.	
	Motif Identitas Personal	3. Mencari tahu macam-macam <i>merchandise official</i> ( <i>lightstick</i> , <i>t-shirt</i> , album, <i>keychain</i> , dsb.) yang dapat melambangkan dukungan penggemar terhadap GOT7.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
		4. Mencari tahu berbagai <i>fanproject</i> ( <i>birthday project</i> , <i>secret project</i> , <i>fanchant</i> ) maupun kegiatan penggemar lainnya dalam mendukung GOT7.	
	Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	5. Berupaya menggabungkan diri sebagai bagian dari penggemar GOT7 dan mengenal penggemar lainnya.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju
		6. Mencari bahan untuk memulai percakapan dengan sesama penggemar lainnya.	

		7. Berupaya terhubung dengan GOT7 maupun sesama penggemar lainnya.	3: Setuju 4: Sangat Setuju
	Motif Hiburan	8. Mencari kesenangan dan hiburan bagi diri sendiri.	Likert (1-4)
		9. Berupaya mengekspresikan perasaan kepada GOT7.	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
	Kepuasan Memperoleh Informasi	10. Memperoleh informasi terkait jadwal konser, rilis album, pemotretan, penampilan, acara yang dibintangi oleh GOT7 maupun aktivitas lainnya.	Likert (1-4)
		11. Memperoleh informasi tambahan berupa tautan ( <i>link</i> ), video maupun gambaran terkait rumor maupun pendapat netizen mengenai GOT7.	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
Kepuasan Informasi Penggemar	Kepuasan Identitas Personal	12. Mengetahui macam-macam <i>merchandise official</i> ( <i>lightstick</i> , <i>t-shirt</i> , album, <i>keychain</i> , dsb.) yang dapat melambangkan dukungan penggemar terhadap GOT7	Likert (1-4)
		13. Mengetahui berbagai <i>fanproject</i> ( <i>birthday project</i> , <i>secret project</i> , <i>fanchant</i> ) maupun kegiatan penggemar GOT7.	1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju

Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial	14. Merasa tergabung sebagai bagian dari penggemar GOT7 dan mengenal penggemar lainnya.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
	15. Memperoleh bahan untuk memulai percakapan dengan sesama penggemar lainnya.	
	16. Merasa terhubung dengan GOT7 dan sesama penggemar lainnya.	
Kepuasan Hiburan	17. Menemukan kesenangan dan hiburan.	Likert (1-4) 1: Sangat Tidak Setuju 2: Tidak Setuju 3: Setuju 4: Sangat Setuju
	18. Mampu mengekspresikan perasaan emosional penggemar terhadap GOT7.	

Sumber: Kriyantono, 2012



## 3.6 Teknik Pengukuran Data

### 3.6.1 Uji Validitas

Sebelum kuisisioner siap untuk disebar kepada responden, peneliti wajib melakukan uji validitas terlebih dahulu. Menurut Rubin, dkk. (2010, p. 203), uji validitas adalah uji yang berupaya untuk mengukur apa yang peneliti berusaha ukur. Apabila indikator, ujian ataupun skala digunakan untuk mengukur suatu konstruk, maka ukuran tersebut harus mengandung item atau pertanyaan yang meliputi segala aspek terkait konstruk penelitian.

Adapun uji validitas yang peneliti jalankan adalah cara uji *Confirmatory Factor Analysis*. Menurut Ghozali (2013, p. 55), uji *Confirmatory Factor Analysis* adalah uji yang dilakukan untuk menguji apakah suatu konstruk memiliki dimensi tunggal dalam artian indikator-indikator yang digunakan dapat menguatkan kosntruk. Maka dari itu, alat uji yang tepat digunakan adalah *Kaiser-Meyer-Olkin and Barlett's of Sphericity* (KMO). Berikut hasil uji validitas penelitian:

Variabel Independen: Penggunaan Media Sosial Twitter yang terdiri dari Motif Informasi, Motif Identitas Personal, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial dan Motif Hiburan.

**Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel Independen**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.574
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	122.994
	df	36
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018

Berdasarkan hasil uji, variabel independen yang terdiri dari motif informasi, identitas personal, integrasi & interaksi sosial dan hiburan dapat dikatakan valid dan signifikan karena memiliki nilai KMO di atas batas toleransi 0.05, yaitu sebesar 0.574 dan nilai signifikansi sebesar 0.000.

Variabel Dependen: Kepuasan Informasi Penggemar yang terdiri dari Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Personal, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial dan Kepuasan Hiburan.

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Dependen**

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.597
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	129.608
	df	36
	Sig.	.000

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018

Sementara itu, hasil uji variabel dependen yang terdiri dari kepuasan informasi penggemar, personal, integrasi & interaksi sosial

dan hiburan dapat dikatakan valid dan signifikan karena memiliki nilai KMO di atas batas toleransi 0.05, yaitu sebesar 0.597 dan nilai signifikansi sebesar 0.000.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Selain uji validitas, peneliti juga perlu melakukan uji lainnya yakni uji reliabilitas. Rubin, dkk. (2010, p. 203) mengemukakan pengertian uji reliabilitas sebagai suatu uji yang merujuk pada seberapa andal, stabil, konsisten, dan repetitif suatu ukuran dalam sebuah penelitian dan berbagai penelitian lainnya. Sederhananya, suatu ukuran dapat dikatakan andal apabila hasil uji tetap sama atau serupa sekalipun uji dilakukan berkali-kali.

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS 23.0 for Windows dengan taraf ukur *Cronbach's Alpha*. Ukuran ini merupakan ukuran yang paling banyak digunakan dalam berbagai penelitian. Hair, dkk. (2014, p. 123) mendefinisikan ukuran *Cronbach's Alpha* merupakan taraf ukur yang menilai adanya hubungan positif terhadap jumlah item yang diukur. Batasan umum yang ditetapkan taraf ukur ini adalah 0.70, namun pada penelitian eksploratif, batasan ini dapat berkurang menjadi sebesar 0.60. Berikut hasil uji reliabilitas yang diperoleh peneliti:

Variabel Independen: Penggunaan Media Sosial Twitter yang terdiri dari Motif Informasi, Motif Identitas Personal, Motif Integrasi dan Interaksi Sosial dan Motif Hiburan.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Independen**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.824	9

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018

Berdasarkan hasil uji, variabel independen yang terdiri dari motif informasi, identitas personal, integrasi & interaksi sosial dan hiburan dapat dikatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.824 yang melebihi batas taraf ukur 0.70.

Variabel Dependen: Kepuasan Informasi Penggemar yang terdiri dari Kepuasan Informasi, Kepuasan Identitas Personal, Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial dan Kepuasan Hiburan.

**Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Dependen**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	9

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23.0, 2018

Sementara itu, hasil uji variabel dependen yang terdiri dari kepuasan informasi, personal, integrasi & interaksi sosial dan hiburan juga dapat dinyatakan reliable karena memiliki nilai *Cronbach Alpha* sebesar 0.802 yang melebihi batas taraf ukur 0.70.

### **3.7 Hipotesis Penelitian**

Hipotesis menurut Kriyantono (2012, p. 28) adalah pendapat atau dugaan awal yang masih belum tentu kebenarannya sehingga memerlukan uji untuk membuktikannya. Berikut adalah hipotesis yang peneliti nyatakan untuk penelitian ini:

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Twitter @GOT7Indonesia terhadap kepuasan informasi penggemar.

Ha : Terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial Twitter @GOT7Indonesia terhadap kepuasan informasi penggemar.

### **3.8 Teknik Analisis Data**

Analisis data pada penelitian ini akan dimulai dengan memastikan semua data telah rapi sehingga dapat diinput ke dalam sistem SPSS 23.0 untuk Windows. Setelah itu, peneliti akan mengolah data dengan menguji

hipotesis penelitian. Sesuai dengan tujuan penelitian, maka uji hipotesis yang tepat untuk digunakan dalam penelitian ini adalah uji regresi. Kriyantono (2012, p. 183) mendefinisikan uji regresi sebagai uji yang bertujuan untuk mencari tahu adanya hubungan atau pengaruh signifikan dari suatu kausalitas (sebab-akibat). Adapun uji regresi linier sederhana digunakan apabila terdapat dua variabel dalam penelitian yang sudah diketahui masing-masing variabel independen dan variabel dependennya. Berikut adalah rumus uji regresi linier sederhana:

$$Y = a + bX$$

$Y$  = variabel dependen/ terikat; dalam penelitian ini adalah  
Kepuasan Informasi Penggemar

$X$  = variabel independen/ bebas; dalam penelitian ini adalah  
penggunaan media Twitter

$a$  = nilai konstanta atau nilai  $Y$  apabila  $X = 0$

U M M N  
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