



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. Sifat dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis serta mendukung atau menolak suatu teori dengan menggunakan uji statistik untuk menganalisis data (Kriyantono, 2009, h. 56). Sifat atau jenis penelitian ini menggunakan jenis eksplanatif, peneliti akan menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya. Penelitian ini memiliki variabel motivasi dan pemenuhan informasi terhadap mahasiswa pada portal *IDNtimes.com*.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivisme. Paradigma positivisme adalah sebuah paradigma metodologi penelitian yang lahir dan berkembang sebagai bagian dari sebuah teori dan ilmu sosial (Salam, 2011, h. 181). Sebuah pengertian umum menurut Trochim (2002, dalam Salam, 2011, h. 182) paradigma positivisme menolak hal-hal yang bersifat metafisik dan merupakan sebuah oposisi dari ajaran teologi yang bersifat dogmatis (bersifat mengikuti atau menjabarkan suatu ajaran tanpa sebuah kritik). Kaum positivisme berpendapat terhadap tujuan dari ilmu pengetahuan hanya untuk mendeskripsikan apa yang nyata dan terukur. Sedangkan menurut Clark (2002, dalam Salam, 2011, h. 182) paradigma

positivisme adalah suatu doktrin yang menyatakan bahwa semua pengetahuan datang dari sebuah pengalaman yang bisa diketahui dan berasal dari realitas yang tidak dapat diubah. Paradigma ini bergantung pada sebuah *empiricism* (metode memperoleh sebuah ilmu pengetahuan melalui observasi) sebagai sebuah metode penelitian.

(Corbetta (2003), Tashakkori & Teddlie (1998), dan Guba (1990) dalam Salam, 2011, h. 186) menjelaskan prinsip utama pada paradigma positivisme, sebagai berikut:

1. **Asumsi Ontologis:** “*Native Realism, Realist*” –realitas (sosial) adalah berada “di luar sana”, bukan merupakan bagian dari kehidupan sosial, yang diatur oleh aturan dan mekanisme alam yang abadi. Realitas (sosial) dapat diketahui dalam arti sesungguhnya.
2. **Asumsi Epistemologis:** “*Dualist dan Objectivis*” –dualisme berarti bahwa peneliti dan objek kajian terpisah dan independen satu sama lain. Sementara objektivitas berarti antara peneliti dan yang diteliti tidak saling mempengaruhi. Penelitian dilakukan seolah-olah hanya satu arah, *one-way mirror*. Tidak ada interaksi di antara keduanya, jadi tidak ada keraguan bahwa sistem nilai yang dianut oleh peneliti akan mempengaruhi objek kajian, begitu juga sebaliknya.
3. **Asumsi Aksiologi:** “*Value-free*” artinya hubungan antara “peneliti” dan “objek kajian, individu atau komunitas adalah bebas nilai. Yang maksudnya bahwa sistem nilai, seperti nilai baik dan buruk, yang dianut oleh peneliti

“harus tidak” mempengaruhi penelitian yang sedang dilakukan. Begitupula sistem nilai yang dibawa oleh responden (objek kajian), tidak mempengaruhi kegiatan penelitian. Dengan demikian, hasil penelitian yang dihasilkan adalah objektif.

4. **Asumsi Metodologis:** “*Experimental*” dan “*Manipulative*”: pertanyaan dan atau hipotesis diformulasikan sebelum pengumpulan data, mengikuti *setting natural science* yang mengikuti prosedur “induktif”? dan memanipulasi dan mengontrol variabel-variabel yang digunakan.

3.2. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survei. Metode survei adalah metode riset ini menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data dengan tujuan untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2009, h. 59).

3.3. Populasi dan Sampel

3.3.1. Populasi Penelitian

Keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti disebut populasi (Kriyantono, 2009, h. 153). Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang

dipilih oleh untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono 2002, h. 55 dalam Kriyantono, 2009, h. 153).

Populasi yang diambil oleh peneliti merupakan khalayak pembaca yang membaca media *online IDNtimes.com* yang diambil pada *likers fanpage facebook* media tersebut. Tidak dapat dipungkiri pencarian informasi yang sering dilakukan oleh masyarakat dengan menggunakan alat tersebut untuk media *online* dan pada khalayak pembaca yang membaca portal *IDNtimes.com* di Facebook *Fanpage*.

3.3.2. Sampel Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, yaitu semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan oleh pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dilakukan peneliti (Kriyantono, 2009, h. 158). Peneliti memilih metode penelitian ini, dikarenakan peneliti melihat bagaimana setiap anggota sampel memiliki kriteria tertentu untuk bisa menjadi sampel penelitian. Sampel yang memenuhi atau tidaknya dari kriteria, peneliti akan melakukan penyeleksian terhadap sampel tersebut.

Penentuan untuk ukuran atau jumlah sampel juga dapat dilakukan dengan menggunakan hitungan statistik. Hitungan statistik juga dapat dilakukan baik

untuk populasi yang sudah diketahui ataupun belum. Batas kesalahan yang ditoleransi bagi setiap populasi tidaklah sama. Ada yang menggunakan 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, atau 10% (Umar dalam Kriyantono, 2009, h. 164).

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, teknik ini digunakan untuk mencakup responden yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian, apabila responden dalam populasi tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak akan dijadikan sampel (Kriyantono, 2009, h. 158). Dikarenakan pada penelitian ini memiliki populasi yang sangat besar dari *followers facebook fanpages IDNtimes.com* sebesar 1.348.069 populasi. Populasi dalam penelitian ini bersifat homogen, dapat dikatakan homogen apabila unsur-unsur dari populasi yang diteliti memiliki karakteristik responden yang relatif sama dengan yang lainnya. Peneliti mengambil kriteria responden adalah mahasiswa yang membaca media *online IDNtimes.com*. Teknik ini digunakan, karena peneliti memilih sampel pada penelitian ini adalah mahasiswa yang diseleksi dari *likers facebook* dalam *facebook fanpage IDNtimes.com*.

Untuk menentukan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus slovin dalam pencarian sampel pada penelitian ini (Kriyantono, 2009, h. 164). Pengambilan sampel ini diambil dari hasil populasi yang merupakan keseluruhan dari non mahasiswa dan juga mahasiswa. Dalam melakukan

penelitian, peneliti merasa kesulitan dalam mengidentifikasi total mahasiswa saja. Oleh karenanya, untuk menentukan jumlah sampel peneliti memakai keseluruhan total populasi sebesar 1.348.069. Pengambilan sampel adalah berapa jumlah sampel yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini. Pertanyaan ini seringkali diajukan dalam rumus pengambilan sampel adalah berapa jumlah sampel yang akan dibutuhkan dalam penelitian ini.

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

keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1.348.069 dan tingkat kesalahan yang digunakan adalah 10% dengan tingkat akurasi sebesar 90%. Peneliti menggunakan batas toleransi 10% ini dikarenakan penelitian ini bersifat homogen, populasi yang dipilih merupakan kalangan mahasiswa. Maka, untuk penelitian ini jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{1.348.069}{(1 + 1.348.069 \times 10\%^2)} = \frac{1.348.069}{13481,69} = 99,99 \approx 100 \text{ Sampel}$$

Dari hasil yang ada di atas ditemukan dari rumus slovin, dengan jumlah 100 sampel. Setelah menemukan hasil sampel ini tidak dipungkiri bahwa populasi yang telah disebutkan di atas untuk kalangan mahasiswa berada dibawah hasil sampel ini. Namun, peneliti merasa hasil sampel ini sudah lebih dari cukup untuk mewakili dari kalangan mahasiswa. Lalu, dari angka sampel peneliti memasukkan cara pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Untuk teknik ini peneliti melakukan cara *scroll* pada *likers facebook* dalam *fanpage IDNtimes.com* hingga berhenti pada satu akun. Sebelum penulis memilih responden ini, penulis mencari tahu informasi mengenai responden apakah sesuai dengan kriteria yang diinginkan oleh peneliti, yaitu kalangan mahasiswa. Jika akun tersebut benar adalah mahasiswa, akun tersebut berhak menjadi responden untuk penelitian ini.

3.4. Teknik Pengukuran Data

3.4.1. Definisi Operasional dan Operasionalisasi Konsep

Dalam definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau “mengubah konsep-konsep yang beruba konstruk dengan kata-kata yang menggambarkan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan dapat diuji dan ditentukan kebenarannya oleh orang lain” (Koentjaraningrat, 1991, dalam Zulfikar dan Budiantara, 2014, h. 146).

Dalam penelitian ini peneliti menempatkan dua variabel. Pertama, *Gratification Sought* merupakan tujuan atau motivasi penggunaan media online *IDNtimes.com* dalam mengkonsumsi isi dari media online *IDNtimes.com*. Kedua, *Gratification Obtained* merupakan perolehan pemenuhan informasi setelah mengkonsumsi isi dari media online *IDNtimes.com*.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought*

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Gratification Sought</i>	Motivasi Konsumsi pada portal berita <i>IDNtimes.com</i>	Kebutuhan Kognitif/informasi	Ingin mencari informasi mengenai peristiwa yang telah terjadi (seperti <i>content news</i> Indonesia dan <i>World</i>) dalam media <i>IDNtimes.com</i>
			Ingin mencari informasi mengenai perkembangan <i>economy</i> dan <i>finance</i> (seperti <i>content business</i>) dalam media <i>IDNtimes.com</i>
			Ingin dapat menyalurkan pendapat anda dalam <i>content opinion</i>
			Ingin mengakses <i>IDNtimes.com</i> untuk meng- <i>update</i> informasi terkini.
			Ingin mendapatkan informasi secara cepat
			Ingin mendapatkan

			informasi secara lengkap dan akurat
			Ingin mendapatkan informasi mengenai berita lainnya (seperti pada konten <i>hype, life, health, tech, sport, travel, men, food, fiction, science,</i> dan <i>automotive</i>) dalam media <i>IDNtimes.com</i>
		Interaksi Sosial	Ingin menggunakan media <i>IDNtimes.com</i> untuk berbagi dengan lingkungan sekitar
		Identitas Personal	Ingin mencari/mengakses media <i>IDNtimes.com</i> agar tidak ketinggalan berita terkini
			Ingin mencari/mengakses berita yang sesuai dengan kepercayaan bahwa setelah mengakses informasi pada media <i>IDNtimes.com</i> tersebut dapat menambah pengetahuan
		Kebutuhan Pelepasan	Ingin menghilangkan rasa bosan
			Ingin mendapatkan hiburan
			Ingin mengisi waktu luang

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained*

Konsep	Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Gratification Obtained</i>	Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada portal berita <i>IDNtimes.com</i>	Kebutuhan Kognitif/informasi	Dapat terpenuhi kebutuhan informasi akan peristiwa yang telah terjadi (seperti <i>content news</i> Indonesia dan <i>World</i>) dalam media <i>IDNtimes.com</i>
			Dapat terpenuhi kebutuhan informasi akan perkembangan <i>economy</i> dan <i>finance</i> (seperti <i>content business</i>) dalam media <i>IDNtimes.com</i>
			Dapat terpenuhi dalam menyalurkan pendapat anda pada <i>content opinion</i>
			Dapat terpenuhi kebutuhan informasi setelah mengakses <i>IDNtimes.com</i> dalam meng- <i>update</i> informasi terkini.
			Dapat terpenuhi untuk mengakses media <i>IDNtimes.com</i> dalam mendapatkan informasi secara cepat.
			Dapat terpenuhi setelah mengakses media <i>IDNtimes.com</i> dalam mendapatkan informasi secara lengkap dan akurat
			Dapat terpenuhi kebutuhan informasi

		setelah mengakses informasi lainnya (seperti pada konten <i>hype, life, health, tech, sport, travel, men, food, fiction, science</i> , dan <i>automotive</i>) dalam media <i>IDNtimes.com</i>
	Interaksi Sosial	Dapat terpenuhi kebutuhan informasi setelah mengakses media <i>IDNtimes.com</i> untuk berbagi dengan lingkungan sekitar
	Identitas Personal	Dapat terpenuhi untuk mengakses media <i>IDNtimes.com</i> agar tidak ketinggalan berita terkini
		Dapat terpenuhi kebutuhan informasi setelah mencari/mengakses berita yang sesuai dengan kepercayaan bahwa setelah mengakses informasi pada media <i>IDNtimes.com</i> agar menambah pengetahuan
	Kebutuhan Pelepasan	Dapat menghilangkan rasa bosan
		Dapat mendapatkan hiburan
		Dapat mengisi waktu luang

Variabel pertanyaan diukur menggunakan skala *likert*, digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Objek sikap telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti (Kriyantono, 2009, h. 138). Jawaban tersebut akan dibagi menjadi lima pilihan *skala likert* yang terbagi dengan dua penelitian, yaitu motivasi dalam mengonsumsi media online *IDNtimes.com* dan pemenuhan informasi setelah membaca atau mengakses media online *IDNtimes.com*. Pada motivasi dalam mengonsumsi media online *IDNtimes.com* penilaian dijelaskan sebagai berikut:

Nilai 1: Sangat Tidak Setuju

Nilai 2: Tidak Setuju

Nilai 3: Cukup Setuju

Nilai 4: Setuju

Nilai 5: Sangat Setuju

Selanjutnya, pada pemenuhan kebutuhan informasi setelah membaca atau mengakses media online *IDNtimes.com* penilaian dijelaskan sebagai berikut:

Nilai 1: Sangat Tidak Terpenuhi

Nilai 2: Tidak Terpenuhi

Nilai 3: Cukup Terpenuhi

Nilai 4: Terpenuhi

Nilai 5: Sangat Terpenuhi

3.4.2. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menyatakan tingkatan kevalidan atau kebenaran suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau benar mempunyai nilai validitas yang tinggi. Sebaliknya, jika instrumen yang kurang valid berarti memiliki nilai validitas yang rendah (Arikunto, 2010, h. 211). Instrumen (kuesioner) yang telah diberikan, dilakukan uji validitasnya kepada 20 responden yang sudah terpilih dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Pengujian validitas kepada 20 responden untuk mengetahui keabsahan dari instrumen (kuesioner) yang diberikan sebelum kuesioner tersebut diberikan kepada jumlah sampel yang sebenarnya.

Pada penelitian ini diuji menggunakan *conformatory factor analysis* yang dilakukan melalui perhitungan SPSS versi 22.0. Uji yang dipakai pada penelitian ini untuk mengukur korelasi yang terdapat antara variabel. Jika semakin tinggi hasil validitasnya, maka semakin menggambarkan tingkat kesahan pada penelitian ini. Pada pengujian validitas dapat

dilakukan jika KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) lebih besar dari 0.5 sedangkan untuk *Barlett test* nilainya akan lebih kecil dari 0.05.

Hasil uji validitas yang sudah dilakukan oleh peneliti dengan melihat validitas pertama yaitu valid atau tidaknya indikator pertanyaan dari motivasi konsumsi khalayak pembaca dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com* yang akan dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 3.3

Uji Validitas *KMO and Bartlett's Test* (Motivasi konsumsi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.675
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	148.948
	df	55
	Sig.	.000

Sumber: SPSS 22.0

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Tabel 3.4
Uji Validitas *KMO and Bartlett's Test* (Motivasi konsumsi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2.469
	df	1
	Sig.	.116

Sumber: SPSS 22.0

Dari hasil penelitian yang telah dijelaskan pada tabel di atas menjabarkan bahwa seluruh pernyataan mengenai motivasi konsumsi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*, seluruhnya telah dinyatakan valid karena hasil dari nilai KMO lebih besar dari 0.5, yaitu sebesar 0.675 dan 0.500. Selain itu nilai *Barlett test* juga sangat signifikan 0.000 dan 0.116 atau lebih kecil dari 0.05.

Kemudian, peneliti melakukan uji validitas kedua untuk melihat valid atau tidaknya indikator dari pemenuhan kebutuhan informasi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*, berikut adalah hasil tabel dari uji validitas kedua:

Tabel 3.5
Uji Validitas *KMO and Bartlett's Test* (Pemenuhan Kebutuhan Informasi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.605
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	104.359
	df	55
	Sig.	.000

Sumber: SPSS 22.0

Tabel 3.6
Uji Validitas *KMO and Bartlett's Test* (Pemenuhan Kebutuhan Informasi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.500
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	7.572
	df	1
	Sig.	.006

Sumber: SPSS 22.0

Berdasarkan dari data tabel yang telah dijelaskan di atas, maka dapat dilihat dimana pernyataan mengenai pemenuhan kebutuhan informasi khalayak pembaca *IDNtimes.com* dalam mengakses atau mencari informasi

terhadap portal berita *IDNtimes.com* dinyatakan valid, karena hasil dari nilai KMO lebih besar dari 0.5, yaitu sebesar 0.605 dan 0.500. Selain itu, nilai *Barlett test* memiliki hasil yang signifikan sebesar 0.000 dan 0.006, yaitu lebih kecil dari 0.05.

3.4.3. Uji Reliabilitas

Sebuah alat ukur yang disebut sebagai reliabel apabila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawaban yang sama terhadap gejala yang sama walaupun sudah digunakan berulang kali. Reliabilitas memiliki arti dimana alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan, dan tetap (Kriyantono, 2009, h. 145). Pengambilan dalam uji reliabilitas dijelaskan sebagai berikut jika, *cronbach's alpha* < 0.60 maka tidak reliabel sedangkan jika, *cronbach's alpha* > 0.60 maka reliabel.

Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 22.0. Data ini menunjukkan reliabel atau tidaknya apabila *alpha cronbach* dari variabel lebih dari 0.06, tetapi jika *alpha cronbach* dari variabel yang diteliti terhadap penelitian ini kurang dari 0.06 maka dinyatakan tidak reliabel. Berikut penjelasan hasil dari pengujian reliabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.7

Hasil Uji Reliabilitas pada motivasi konsumsi pada portal berita *IDNtimes.com*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.917	13

Sumber: SPSS 22.0

Pada tabel diatas, dapat diketahui bahwa dari 13 pertanyaan yang dibuat oleh peneliti mengenai motivasi konsumsi terhadap media *online IDNtimes.com* dapat dinyatakan reliabel dari hasil *cronbach's alpha* sebesar 0.917, maka dari itu hasil reliabel lebih besar dari angka 0.60.

Setelah itu, pengujian reliabilitas dalam pemenuhan kebutuhan informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com*, dijelaskan sebagai berikut.

Tabel 3.8

Hasil Uji Reliabilitas pemenuhan kebutuhan informasi pada portal berita *IDNtimes.com*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.891	13

Sumber: SPSS 22.0

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat dari 13 pertanyaan yang dibuat oleh peneliti mengenai pemenuhan kebutuhan informasi terhadap portal berita *IDNtimes.com* dinyatakan reliabel hasil dari *cronbach's alpha* sebesar 0.891 yaitu lebih besar dari angka 0.6.

3.4.4. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2012, h. 64), hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan.

Berdasarkan operasionalisasi variabel diatas, dapat ditarik hipotesis riset sebagai berikut:

1. Dimensi Kognitif

- Terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi kognitif yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi kognitif yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita *IDNtimes.com*.
- Tidak terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi kognitif yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi kognitif yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh khalayak

mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

2. Dimensi Interaksi Sosial

- Terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

- Tidak terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

3. Dimensi Identitas Personal

- Terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi identitas personal yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh

khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

- Tidak terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi identitas personal yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

4. Dimensi Kebutuhan Pelepasan

- Terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi kebutuhan pelepasan yang dicari (motivasi konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

- Tidak terdapat perbedaan antara jumlah rata-rata dimensi kebutuhan pelepasan yang dicari (motivasi

konsumsi) dengan jumlah rata-rata dimensi interaksi sosial yang diperoleh (pemenuhan kebutuhan informasi) oleh

khalayak mahasiswa dalam mengakses portal berita

IDNtimes.com.

3.4.5. Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskripsi digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu lainnya (Kriyantono, 2009, h. 169). Pada statistik deskriptif ini, akan dijelaskan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi; grafik garis maupun batang; diagram lingkaran; pictogram; penjelasan kelompok melalui modus, median, mean, dan variasi kelompok (Sugiyono, 2012, h. 29).

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian harus melakukan kegiatan pengumpulan data, tujuannya untuk menentukan baik atau tidaknya sebuah penelitian yang dilakukan oleh peneliti (Kriyantono, 2009, h. 95). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini memiliki data primer dan sekunder. Data primer diperoleh dari sumber data pertama atau responden untuk penelitian ini. Penelitian ini menggunakan metode pertanyaan yang akan digunakan berupa kuesioner atau angket. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Dalam mengumpulkan data kuesioner yang sesuai peneliti ketahui dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan oleh responden (Sugiyono, 2012, h. 142). Peneliti akan membagikan kuesioner kepada semua responden yang dijadikan sampel penelitian, yaitu khalayak mahasiswa yang fokus pada *likes facebook* dalam *fanpage IDNtimes.com*. Tujuan

utama dari pembuatan kuesioner ini adalah untuk memperoleh informasi yang relevan dan dapat mengetahui hasil dari variabel yang sudah ditentukan oleh peneliti.

Data yang kedua, data sekunder diperoleh secara tidak langsung dari sumbernya atau literatur. Dalam penelitian ini, peneliti tidak secara langsung mendapatkan data dari sumbernya melainkan memanfaatkan dokumen atau data yang dibuat oleh pihak-pihak lain. Data sekunder yang diperoleh peneliti yaitu, literatur, buku, dan internet yang bersangkutan dengan permasalahan penelitian yang akan diteliti. Sumber literatur yang digunakan berupa skripsi dari penelitian terdahulu dan sumber buku yang diperoleh untuk penelitian ini meliputi buku-buku pengantar Riset Komunikasi dan sumber dari media *online* yang meliputi portal *IDNtimes.com*.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses mengorganisasikan dan mengurutkan sebuah data ke dalam pola kategori dan suatu penjelasan dasar sehingga dapat diketahui tema analisis data yang dilakukan untuk mengatur pengelompokan, dapat memberi kode dengan mengkategorikannya (Kriyantono, 2009, h. 167). Apabila data sudah terkumpul selanjutnya dilakukan proses pengolahan data, pengolahan data ini mencakup kegiatan proses mengatur atau mengedit data dan proses pengkodean data. Mengatur atau mengedit data merupakan sebuah proses memeriksa data yang sudah terkumpul, apakah pertanyaan yang diberikan oleh peneliti kepada khalayak mahasiswa sudah terisi secara benar atau tidak, lengkap atau tidaknya, dan apakah

cara pengisian kuesioner sudah benar atau tidak. Selanjutnya, menghitung skor dari setiap indikator pertanyaan yang sudah dibuat oleh peneliti.

Tahapan pada analisis data pada penelitian ini dimulai dari memeriksa data yang sudah terkumpul kemudian mengatur atau mengedit sehingga dapat terkumpul data yang benar. Dari data yang sudah terkumpul diberi skor untuk masing-masing pertanyaan dari variabel, baik dari *gratification sought* maupun dari *gratification obtained* dengan menggunakan skala *likert*. Kemudian dijumlahkan sehingga memperoleh hasil berupa skor dari GS dan GO. Lalu, mendapatkan hasil skor dari GS dan GO, maka dilakukan perbandingan nilai GS dan GO.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data perbandingan skor mean antara *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO). Kriyantono (2009, h. 219) menjelaskan indikator terjadinya kesenjangan kepuasan atau tidaknya sebagai berikut:

1. Jika mean skor (rata-rata skor) GS lebih besar dari mean skor GO (mean skor $GS > \text{mean skor GO}$), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, media tidak dapat memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya.

2. Jika mean skor GS sama dengan mean skor GO ($GS = GO$), maka tidak terjadi tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.
3. Jika mean skor GS lebih kecil dari mean skor GO ($GS < GO$), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Artinya, bahwa media tersebut telah memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya.

Semakin besar kesenjangan mean skor yang terjadi, maka semakin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya makin kecil kesenjangan mean skor yang terjadi, maka semakin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA