



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 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang bertujuan untuk menggambarkan atau menjabarkan suatu realitas (Kriyantono, 2006, h. 55). Dengan pendekatan kuantitatif, peneliti dapat melakukan generalisasi terhadap hasil penelitian yang dianggap sebagai representasi dari keseluruhan populasi (Kriyantono, 2006, h. 55). Dalam penelitian kuantitatif, aspek keluasan data lebih penting dari kedalaman data atau analisis (Kriyantono, 2006, h. 55). Penelitian kuantitatif menggunakan alat analisis statistik, dimana data atau hasil penelitian disajikan dalam bentuk angka statistik, yang kemudian diinterpretasikan dalam bentuk uraian (Hasan, 2006, h. 30). Dalam analisis data penelitian kuantitatif, peneliti harus bersikap objektif dan tidak menyertakan hasil analisis dan interpretasi pribadi (Kriyantono, 2006, h. 56).

Menurut Ardianto (2007), penelitian kuantitatif berlandaskan pada paradigma positivistik, yang beranggapan bahwa realitas merupakan suatu yang nyata dan bersifat apa adanya. Neuman (2003, h. 71) menambahkan, paradigma positivistik menjelaskan bahwa segala tindakan memiliki hubungan kausal atau sebab-akibat yang dapat digunakan untuk memprediksi pola kegiatan manusia. Dalam paradigma positivistik, peneliti harus dapat memisahkan penilaian pribadi atau subjektivitas dari hasil penelitian (Kriyantono, 2006, h. 52).

Kriyantono (2006, h. 56) menjabarkan ciri-ciri penelitian kuantitatif, yaitu sebagai berikut:

- 1) Penelitian berhubungan jauh dengan subjek penelitian. Artinya, peneliti harus memiliki jarak dengan realitas agar penelitian menjadi objektif.
- 2) Penelitian bertujuan untuk menguji, menerima atau menolak suatu teori. Artinya, data dalam penelitian digunakan untuk membuktikan teori yang sudah ada. Apabila ditemukan penolakan teori atau hipotesis, biasanya peneliti akan meninjau kembali adanya kesalahan dalam penelitian, misalnya teknik pengambilan sampel atau konsep yang kurang operasional yang menyebabkan kuesioner menjadi tidak valid.
- 3) Penelitian dapat digeneralisasikan. Oleh karena itu, dibutuhkan sampel penelitian yang dapat menjadi representasi dari seluruh populasi, operasionalisasi konsep, serta alat ukur yang valid dan reliabel.
- 4) Penelitian berlandaskan pada konsep dan teori, yang dibuktikan dengan data yang diperoleh di lapangan.

Penelitian ini bersifat eksplanatif, yang bertujuan mengetahui hubungan sebab-akibat antara variabel-variabel penelitian melalui pengujian hipotesis (Singarimbun dan Effendi, 2003, h. 46). Penelitian eksplanatif menuntut peneliti untuk tidak sekedar menggambarkan realitas, melainkan juga menjelaskan mengapa realitas bisa terjadi dan apa pengaruhnya (Kriyantono, 2006, h. 60). Penelitian bersifat eksplanatif memerlukan adanya kerangka konseptual, kerangka pemikiran dan kajian teori (Kriyantono, 2006, h. 68).

3.2 Metode Penelitian

Metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan menyebarkan kuesioner kepada sejumlah responden yang dianggap sebagai representasi dari populasi (Kriyantono, 2006, h. 59). Kuesioner atau angket adalah kumpulan pertanyaan yang disusun sedemikian rupa untuk kemudian diserahkan dan diisi oleh responden (Bungin, 2005, h. 123). Metode survei dipilih karena sifat pengumpulan dan analisis data yang sangat detail dan terstruktur, melalui kuesioner sebagai instrumen utama untuk memperoleh data atau informasi dari responden (Kriyantono, 2006, h. 59). Oleh karena itu, kualitas penelitian ditentukan oleh teknik *sampling* yang tepat (Kriyantono, 2006, h. 59). Menurut Ali (2010), penelitian survei tidak hanya digunakan untuk mengumpulkan data, melainkan juga untuk menjelaskan hubungan antar variabel.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan seluruh objek penelitian berupa makhluk hidup, gejala, atau peristiwa yang mempunyai karakteristik tertentu, dan dijadikan sebagai sumber data penelitian (Nawawi, 2003, h. 144). Menurut Riduwan (2008, h. 17), populasi terdiri dari objek yang memiliki karakteristik yang ditetapkan, yang kemudian dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi *LINE Messenger* di Indonesia. Hingga tahun 2006, pengguna *LINE Messenger* sudah mencapai 90 juta

pengguna, dimana 80% diantaranya adalah pengguna aktif dari usia 15-35 tahun (Haryanto, 2016, para. 14). Pengguna *LINE Messenger* dipilih sebagai populasi dengan dasar pertimbangan fitur *LINE Today* yang berada di aplikasi *LINE Messenger*, dimana memungkinkan pengguna mengakses rubrik-rubrik di *LINE Today* secara gratis menggunakan satu aplikasi yang sama. Selain itu, pengguna *LINE Messenger* selalu mendapat update mengenai pemberitaan di *LINE Today* melalui official account *LINE Today* setiap harinya. Maka, populasi penelitian ini adalah 72 juta pengguna aktif *LINE Messenger*.

3.3.2 Sampel

Menurut Arikunto (2004, h. 29), sampel merupakan sebagian dari keseluruhan populasi yang akan diteliti. Kriyantono (2006, h. 152) menambahkan, sampel harus bersifat representatif atau mewakili seluruh populasi untuk mempermudah melakukan generalisasi. Terdapat dua rancangan pengambilan sampel (*sampling*), yaitu rancangan *sampling* probabilitas dan *sampling* non probabilitas. Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan rancangan *sampling* non probabilitas dengan teknik *purposive sampling* dalam pengambilan sampel penelitian. *Purposive sampling* merupakan teknik penentuan sampel penelitian dengan menyeleksi orang-orang yang sesuai dengan kriteria tertentu (Sugiyono, 2012, h. 126). Oleh karena itu, yang tidak memenuhi kriteria, tidak akan dijadikan sampel (Kriyantono, 2006, h. 156).

Dalam teknik *purposive sampling*, ditentukan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006, h. 157), yaitu sebagai berikut:

- 1) Berusia minimal 15 tahun
- 2) Telah menggunakan fitur *LINE Today* selama lebih dari enam bulan
- 3) Mengakses fitur *LINE Today* melalui aplikasi *LINE Messenger*

Dalam menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan rumus Slovin dengan pertimbangan populasi yang jumlahnya sudah diketahui (Kriyantono, 2006, h. 162). Adapun perhitungannya adalah sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = tingkat toleransi kesalahan pengambilan sampel yaitu 5%

$$n = \frac{72.000.000}{1 + 72.000.000(0,05)^2}$$

$$n = \frac{72.000.000}{1 + 72.000.000(0,0025)}$$

$$n = \frac{72.000.000}{1 + 180.000}$$

$$n = \frac{72.000.000}{180.001}$$

$$n = 399,997$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel penelitian yaitu sebesar 399,997 yang dibulatkan menjadi 400 responden dengan tingkat toleransi kesalahan sebesar 5%. Sampel tersebut akan dijadikan responden yang mewakili populasi pengguna *LINE Messenger* yang menggunakan fitur *LINE Today*.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. *Gratification Sought* merupakan kepuasan yang dicari saat menggunakan media tertentu, yang berdasarkan pada motif tertentu. Dalam penelitian ini, *Gratification Sought* diartikan sebagai penggunaan fitur *LINE Today* yang didasari oleh konsep motif menurut McQuail tahun 1974. Motif penggunaan fitur *LINE Today* adalah sebagai berikut:

- 1) Motif informasi
 - a) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi seputar isu-isu terkini saat mengakses fitur *LINE Today*.
 - b) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi seputar dunia hiburan atau *entertainment* saat mengakses fitur *LINE Today*.

- c) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi seputar gaya hidup saat mengakses fitur *LINE Today*.
- d) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi seputar olahraga saat mengakses fitur *LINE Today*.
- e) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi berita seputar ekonomi, politik, sosial, budaya, dan sebagainya saat mengakses fitur *LINE Today*.
- f) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi seputar sains dan teknologi saat mengakses fitur *LINE Today*.
- g) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi seputar *tutorial* dan *tips and trick* dalam bentuk video saat mengakses fitur *LINE Today*.

2) Motif identitas pribadi

- a) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk meningkatkan rasa percaya diri saat mengakses fitur *LINE Today*.
- b) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh nilai yang bermanfaat saat mengakses fitur *LINE Today*.

- c) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk mengembangkan kemampuan diri dan kreativitas saat mengakses fitur *LINE Today*.
 - d) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk menjadi pribadi yang berwawasan luas saat mengakses fitur *LINE Today*.
- 3) Motif integrasi dan interaksi sosial
- a) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh bahan perbincangan dengan orang lain saat mengakses fitur *LINE Today*.
 - b) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk berbagi informasi dengan orang lain melalui *timeline* di aplikasi *LINE Messenger* saat mengakses fitur *LINE Today*.
 - c) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk berbagi informasi dengan orang lain melalui media sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dan lainnya saat mengakses fitur *LINE Today*.
 - d) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk bertukar pendapat dengan orang lain mengenai informasi tertentu saat mengakses fitur *LINE Today*.
 - e) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk melihat dan ikut serta dalam perbincangan di kolom komentar saat mengakses fitur *LINE Today*.

4) Motif hiburan

- a) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh informasi guyonan atau *intermezzo* yang menghibur saat mengakses fitur *LINE Today*.
- b) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh cerita komik yang menghibur saat mengakses fitur *LINE Today*.
- c) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk memperoleh video drama serial, film, musik, dan sebagainya yang menghibur saat mengakses fitur *LINE Today*.
- d) Untuk mengetahui apakah pengguna memiliki keinginan untuk mengisi waktu luang saat mengakses fitur *LINE Today*.

Variabel motif penggunaan media dijabarkan ke dalam tabel berikut.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought*

Variabel	Dimensi	Indikator
Motif penggunaan <i>LINE Today</i> (GS)	Motif informasi	• Keinginan memperoleh informasi seputar isu-isu terkini. • Keinginan memperoleh informasi seputar dunia hiburan (<i>entertainment</i>). • Keinginan memperoleh informasi seputar gaya hidup. • Keinginan memperoleh informasi seputar olahraga. • Keinginan memperoleh informasi berita seputar ekonomi, politik, sosial, budaya, dan sebagainya.

		• Keinginan memperoleh informasi seputar sains dan teknologi. • Keinginan memperoleh informasi seputar <i>tutorial</i> dan <i>tips and trick</i> dalam bentuk video.
	Motif identitas pribadi	• Keinginan meningkatkan rasa percaya diri. • Keinginan memperoleh nilai yang bermanfaat. • Keinginan mengembangkan kemampuan diri dan kreativitas. • Keinginan menjadi pribadi yang berwawasan luas.
	Motif integrasi dan interaksi sosial	• Keinginan memperoleh bahan perbincangan dengan orang lain. • Keinginan berbagi informasi dengan orang lain melalui <i>timeline</i> di aplikasi <i>LINE Messenger</i>. • Keinginan berbagi informasi dengan orang lain melalui media sosial lain seperti <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i>, dan lainnya. • Keinginan bertukar pendapat dengan orang lain. • Keinginan melihat dan ikut serta dalam perbincangan di kolom komentar.
	Motif hiburan	• Keinginan untuk memperoleh informasi guyonan (<i>intermezzo</i>) yang menghibur. • Keinginan memperoleh cerita komik yang menghibur. • Keinginan memperoleh video drama serial, film, musik, dan sebagainya yang menghibur. • Keinginan mengisi waktu luang.

Sedangkan, *Gratification Obtained* merupakan kepuasan yang diperoleh setelah menggunakan media tertentu. Dalam penelitian ini, *Gratification Obtained* diartikan sebagai kebutuhan pengguna yang telah terpenuhi setelah mengakses fitur *LINE Today*, sehingga menimbulkan kepuasan. Kepuasan yang diperoleh pengguna adalah sebagai berikut:

- 1) Kepuasan informasi
 - a) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi seputar isu-isu terkini setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - b) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi seputar dunia hiburan atau *entertainment* setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - c) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi seputar gaya hidup setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - d) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi seputar olahraga setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - e) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi berita seputar ekonomi, politik, sosial, budaya, dan sebagainya setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - f) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi seputar sains dan teknologi setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - g) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi seputar *tutorial* dan *tips and trick* dalam bentuk video setelah mengakses fitur *LINE Today*.
- 2) Kepuasan identitas pribadi
 - a) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan rasa percaya dirinya meningkat setelah mengakses fitur *LINE Today*.

- b) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh nilai yang bermanfaat setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - c) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan kemampuan diri dan kreativitasnya berkembang setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - d) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan menjadi pribadi yang berwawasan luas setelah mengakses fitur *LINE Today*.
- 3) Kepuasan integrasi dan interaksi sosial
- a) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh bahan perbincangan dengan orang lain setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - b) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan membagikan informasi dengan orang lain melalui *timeline* di aplikasi *LINE Messenger* setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - c) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan membagikan informasi dengan orang lain melalui media sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, dan lainnya setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - d) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan bertukar pendapat dengan orang lain mengenai informasi tertentu setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - e) Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan melihat dan ikut serta dalam perbincangan di kolom komentar setelah mengakses fitur *LINE Today*.

- 4) Kepuasan hiburan
- Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh informasi guyonan atau *intermezzo* yang menghibur setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh cerita komik yang menghibur setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan memperoleh video drama serial, film, musik, dan sebagainya yang menghibur setelah mengakses fitur *LINE Today*.
 - Untuk mengetahui apakah pengguna merasa puas dan waktu luangnya terisi setelah mengakses fitur *LINE Today*.

Variabel kepuasan pengguna dijabarkan ke dalam tabel berikut.

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained*

Variabel	Dimensi	Indikator
Kepuasan yang diperoleh (GO)	Kepuasan informasi	• Memperoleh informasi seputar isu-isu terkini. • Memperoleh informasi seputar dunia hiburan (<i>entertainment</i>). • Memperoleh informasi seputar gaya hidup. • Memperoleh informasi seputar olahraga. • Memperoleh informasi berita seputar ekonomi, politik, sosial, budaya, dan sebagainya. • Memperoleh informasi seputar sains dan teknologi. • Memperoleh informasi seputar <i>tutorial</i> dan <i>tips and trick</i> dalam bentuk video.

	Kepuasan identitas pribadi	• Meningkatnya rasa percaya diri. • Memperoleh nilai yang bermanfaat. • Berkembangnya kemampuan diri dan kreativitas. • Menjadi pribadi yang berwawasan luas.
	Kepuasan integrasi dan interaksi sosial	• Memperoleh bahan perbincangan dengan orang lain. • Membagikan informasi kepada orang lain melalui <i>timeline</i> di aplikasi <i>LINE Messenger</i>. • Membagikan informasi kepada orang lain melalui media sosial lain seperti <i>Facebook</i>, <i>Twitter</i>, dan lainnya. • Bertukar pendapat dengan orang lain. • Melihat dan ikut serta dalam perbincangan di kolom komentar.
	Kepuasan hiburan	• Memperoleh informasi guyonan (<i>intermezzo</i>) yang menghibur. • Memperoleh cerita komik yang menghibur. • Memperoleh video drama serial, film, musik, dan sebagainya yang menghibur. • Waktu luang terisi.

Dalam penelitian, kepuasan pengguna diukur berdasarkan perbandingan antara nilai *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian, pengumpulan data dilakukan dengan metode tertentu untuk mendapatkan data yang bersifat empiris dari responden (Silalahi, 2009, h. 280). Data tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber, yang terbagi menjadi sumber primer dan sumber sekunder (Sugiyono, 2008, h. 136). Sumber data primer diperoleh melalui penelitian lapangan atau observasi. Teknik yang digunakan adalah menyebarkan kuesioner kepada responden. Kuesioner berisi kumpulan pertanyaan yang diajukan

secara tertulis kepada responden (Arikunto, 2004, h. 135). Menurut Faisal (1981, dikutip dalam Kriyantono, 2006, h. 96), kuesioner memiliki beberapa kelebihan, yaitu sebagai berikut:

- 1) Biaya lebih murah
- 2) Memudahkan proses pengumpulan data pada responden yang terpencar-pencar
- 3) Cocok untuk sampel yang berjumlah lebih dari 1000
- 4) Dapat dilakukan secara serempak, meskipun jumlah sampel besar
- 5) Menghemat waktu
- 6) Dapat disebar melalui jasa pos, sehingga tidak selalu bergantung pada petugas pengumpul data
- 7) Tidak membutuhkan kemampuan dalam menggali atau mencatat data. Petugas pengumpul data hanya berperan untuk menyebarkan dan menyalurkan kuesioner kepada responden.

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner *online* melalui *broadcast message* menggunakan fitur *group chat LINE Messenger*, *timeline LINE Messenger*, serta media sosial lainnya, seperti *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram*. Penggunaan media sosial *LINE Messenger*, *Facebook*, *Twitter* dan *Instagram* dipilih atas dasar pertimbangan bahwa media sosial mempermudah proses bertukar pesan, mampu menjangkau khalayak luas, serta adanya keterhubungan antara satu media sosial dengan media sosial lainnya. Kuesioner ditujukan kepada seluruh pengguna *LINE Messenger* di Indonesia dan peneliti akan memilah responden yang sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan. Jenis kuesioner yang akan digunakan adalah jenis

kuesioner tertutup, dimana responden menjawab pertanyaan yang telah disajikan dengan memilih sejumlah alternatif yang disediakan dalam lembar kuesioner (Arikunto, 2004, h. 195). Dalam jenis kuesioner tertutup, responden hanya memilih jawaban yang sesuai dengan memberikan tanda silang (X) atau centang (✓) (Kriyantono, 2006, h. 96). Lalu, sumber data sekunder diperoleh dari studi pustaka, buku, jurnal, artikel dan penelitian-penelitian terdahulu yang relevan.

3.6 Teknik Pengukuran Data

Kriyantono (2006, h. 133) menjelaskan bahwa pengukuran merupakan teknik pemberian nilai atau skor pada variabel. Menurut Hasan (2006, h. 15), pengukuran dalam penelitian sangat diperlukan agar penelitian memenuhi kriteria sebagai penelitian ilmiah. Suhartono (2002, dikutip dalam Kriyantono, 2006, h. 133) menambahkan, pengukuran digunakan untuk membandingkan atau mengelompokkan objek penelitian. Untuk mengukur variabel-variabel penelitian, dilakukan pemberian skor menggunakan skala *Likert* untuk mengukur sikap seseorang terhadap fenomena tertentu (Kriyantono, 2006, h. 136). Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian ini, terbagi dalam lima skala beserta skor-nya, yaitu:

- 1) Sangat Setuju (SS) atau Sangat Puas (SP) : skor 5
- 2) Setuju (S) atau Puas (P) : skor 4
- 3) Netral (N) : skor 3
- 4) Tidak Setuju (TS) atau Tidak Puas (TP) : skor 2
- 5) Sangat Tidak Setuju (STS) atau Sangat Tidak Puas (STP) : skor 1

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur benar atau tidaknya unsur-unsur yang ada di dalam suatu kuesioner dan apakah unsur-unsur tersebut mampu mengungkapkan variabel yang akan diukur (Ghozali, 2013, h. 52). Hayes (2005, h. 25) menambahkan, uji validitas bertujuan untuk mengetahui kesalahan konseptual dalam sebuah pengukuran. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji validitas menggunakan *Confirmatory Factor Analysis* (CFA) untuk menguji apakah indikator-indikator dalam kuesioner berada dalam dimensi yang tepat (Ghozali, 2013, h. 55). Asumsi yang menjadi dasar uji CFA adalah data memiliki korelasi. Oleh karena itu, digunakan alat uji *Bartlett of Sphericity* untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel dan alat uji *Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy* (KMO MSA) untuk mengukur tingkat korelasi antar variabel (Ghozali, 2013, h. 57-58).

Data dinyatakan valid apabila nilai KMO (*Kaiser-Meyer-Olkin*) adalah lebih dari 0,50 dengan signifikansi kurang dari 0,05 agar dapat dilakukan analisis faktor. Hasil uji validitas menggunakan KMO dan Barlett ditunjukkan dalam tabel di bawah ini.

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
Uji Validitas Motif Pengguna (GS)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.689
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	464.317
	df	190
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas, variabel penggunaan fitur *LINE Today* memiliki nilai KMO sebesar 0,689 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel penggunaan fitur *LINE Today* dianggap valid.

Tabel 3.4
Uji Validitas Kepuasan Pengguna (GO)

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.706
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	529.194
	df	190
	Sig.	.000

Berdasarkan tabel di atas, variabel kepuasan pengguna memiliki nilai KMO sebesar 0,706 dengan signifikansi sebesar 0,000. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel kepuasan pengguna dianggap valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh konsistensi alat ukur yang digunakan untuk memberikan hasil yang sama dalam mengukur subjek atau objek yang sama (Hasan, 2006, h. 15). Hayes (2005, h. 24) menambahkan, uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui banyaknya kesalahan numerik dalam sebuah pengukuran. Menurut Kriyantono (2006, h. 143), reliabilitas mengandung makna bahwa sebuah alat ukur harus stabil, konsisten, dan dapat diandalkan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach's Alpha*. Suatu variabel dianggap reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,70 (Nunnally, 1994, dikutip dalam Ghozali, 2013, h. 48). Hasil uji reliabilitas dijabarkan dalam tabel di bawah ini.

Tabel 3.5
Uji Reliabilitas Motif Pengguna (GS)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.918	20

Berdasarkan tabel di atas, variabel penggunaan fitur *LINE Today* memiliki nilai *Cronbach' Alpha* sebesar 0,918. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel penggunaan fitur *LINE Today* dianggap reliabel dalam penelitian.

Tabel 3.6
Uji Reliabilitas Kepuasan Pengguna (GO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.950	20

Berdasarkan tabel di atas, variabel kepuasan pengguna memiliki nilai *Cronbach' Alpha* sebesar 0,950. Hal tersebut menunjukkan bahwa indikator-indikator dalam variabel kepuasan pengguna dianggap reliabel dalam penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses menyusun dan mengurutkan data ke dalam kategori tertentu agar dapat dirumuskan hipotesisnya (Maleong, 2000, dikutip dalam Kriyantono, 2006, h. 165). Penelitian ini menggunakan analisis data bivariat karena penelitian ini memiliki satu variabel bebas (independen) dan satu variabel terikat (dependen). Analisis data dilakukan dengan uji beda sampel berpasangan atau *Paired Sample T-Test*, yang bertujuan mengetahui perbedaan antara dua variabel berpasangan yang berskala interval atau rasio (Nisfiannoor, 2013, h. 129). Dalam uji *T-Test*, dilakukan pengukuran nilai rata-rata atau *mean* kedua variabel (Ghozali, 2013, h. 66). Dalam penelitian ini, peneliti akan membandingkan nilai *mean* antara *gratification sought* dan *gratification obtained* untuk mengetahui besarnya perbedaan yang terjadi.

Berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan antara motif penggunaan fitur *LINE Today* dan kepuasan yang diperoleh, maka dirumuskan hipotesis mayor sebagai berikut:

H₀ : Tidak ada perbedaan antara motif penggunaan fitur *LINE Today* dan kepuasan yang diperoleh pengguna.

H_a : Ada perbedaan antara motif penggunaan fitur *LINE Today* dan kepuasan yang diperoleh pengguna.

Sedangkan, perumusan hipotesis minor dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₁ : Ada perbedaan motif penggunaan fitur *LINE Today* dan kepuasan yang diperoleh pada dimensi informasi.

H₂ : Ada perbedaan motif dan kepuasan dalam penggunaan fitur *LINE Today* pada dimensi identitas pribadi.

H₃ : Ada perbedaan motif dan kepuasan dalam penggunaan fitur *LINE Today* pada dimensi integrasi dan interaksi sosial.

H₄ : Ada perbedaan motif dan kepuasan dalam penggunaan fitur *LINE Today* pada dimensi hiburan.

Setelah melakukan analisis data, dilakukan pengolahan data. Menurut Hasan (2006, h. 24), pengolahan data merupakan kegiatan memproses data hasil penelitian berupa angka, yang diperoleh menggunakan rumus tertentu. Pengolahan data bertujuan untuk mengolah data mentah menjadi data matang, sehingga dapat mengarahkan

peneliti untuk melakukan pengkajian selanjutnya (Sudjana, 2001, h. 128). Teknik pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan program komputer SPSS (*Statistical Product and Service Solution*).

