



### **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 dan Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif, di mana penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Menurut Kriyantono (2009: 55), kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Proses pengukuran adalah bagian yang sentral dalam penelitian kuantitatif karena hal ini memberikan hubungan yang fundamental antara pengamatan empiris dan ekspresi matematis dari hubungan-hubungan kuantitatif. Dalam pendekatan ini prinsip yang dianut adalah objektivis, karena menurut Wimmer & Dominick dalam Kriyantono (2009), penelitian yang bersifat subjektif atau yang mengandung bias pribadi penulis hendaknya dipisahkan dari temuan penelitian.

Oleh karena itu dalam penelitian banyak dilakukan penjabaran eksplanatif karena pengambilan dan penghitungan data berupa kuantitatif. Termasuk dalam penelitian ini, penulis juga menggunakan jenis eksplanatif, karena penelitian ini berusaha menjelaskan korelasi antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Variabel adalah konsep yang bisa diukur. Paradigma yang digunakan adalah positivis.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji suatu teori atau hipotesis guna memperkuat atau bahkan menolak teori atau hipotesis hasil penelitian yang sudah ada.

- **Variabel X:** penggunaan media yang didorong oleh motif, kepuasan yang dicari (*Gratification Sought*)
- **Variabel Y:** tingkat kepuasan pembaca atas terpenuhinya motif, kepuasan nyata yang didapatkan (*Gratification Obtained*)

### 3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan adalah metode survei. Menurut Kriyantono (2009: 59), survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Jadi dengan cara menentukan sampel yang mewakili (representatif) dari populasi yang diteliti. Karena itu penggunaan teknik sampling yang benar sangat menentukan kualitas riset. Khususnya dalam penelitian ini metode survei yang digunakan adalah metode survei eksplanatif. Jenis survei ini digunakan bila periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Kriyantono, 2009: 60).

Dalam penelitian ini, proses survei dimulai dengan mengumpulkan data lewat kuesioner yang diberikan kepada responden mengenai motif dalam menggunakan media dan tingkat kepuasan mereka atas terpenuhinya motif tersebut saat membaca Majalah CINEMAGS. Hasil dari kuesioner tersebut

dijadikan data yang akan diteliti, setelah data tersebut diteliti baru dapat ditarik kesimpulannya.

### **3.3 Populasi dan Sampel**

Keseluruhan objek atau fenomena yang diriset disebut populasi (Kriyantono 2006:151). Sebagian dari seluruh objek atau fenomena yang akan diamati disebut sampel. Jelasnya, apabila suatu penelitian menggunakan suatu sampel penelitian, maka penelitian tersebut menganalisis hasil penelitiannya melalui statistik inferensial, dan berarti hasil penelitian tersebut adalah suatu generalisasi. Untuk mencapai pada generalisasi yang baik, maka di samping tata cara penarikan kesimpulan diperhatikan, bobot sampel harus dapat dipertanggungjawabkan. Ini berarti sampel harus betul-betul dapat mewakili populasi. Guna mencapai bobot sampel seperti ini, maka sampai pada tingkat mana pun dari suatu penarikan sampel, setiap unit populasi harus terwakili. Dengan demikian maka sampel adalah wakil semua unit strata dan sebagainya yang ada di dalam populasi (Bungin, 2010:102).

Kesimpulannya adalah sampel bagian dari populasi. Pada umumnya, suatu penelitian tidak dapat melibatkan seluruh anggota dari suatu populasi karena terlalu banyak. Hal yang dapat dilakukan adalah mengambil beberapa representatif dari suatu populasi kemudian diteliti. Representatif dari populasi yang dimaksud adalah sampel (Ronny, 2003:138).

Pengertian lain menyebutkan bahwa sampel adalah bagian dari populasi yang mempunyai ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Tidak semua

data dan informasi akan diproses dan tak semua orang atau benda akan diteliti, melainkan cukup dengan menggunakan sampel yang mewakilinya (Riduan, 2006:56).

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan penulis adalah *probability sampling*. Menurut Kriyantono dalam bukunya Teknik Praktis Riset Komunikasi (2009: 152), sampel probabilitas adalah sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas di mana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis. Lebih jelasnya lagi, peneliti menggunakan *Simple Random Sampling* (Sampling Random Sederhana). Di sini setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Dalam penelitian ini, yang dimaksudkan menjadi populasi adalah seluruh mahasiswa/i jurusan Cinematography angkatan 2010 – 2011 di Universitas Multimedia Nusantara (UMN) yang membaca majalah khusus film “CINEMAGS”.

Menurut informasi yang didapat dari Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Desi Dwi Kristanto, M.Ds., total mahasiswa Cinematography UMN angkatan 2010 dan 2011 adalah 191 orang, dengan rincian mahasiswa angkatan 2010 sebanyak 87 orang dan mahasiswa angkatan 2011 sebanyak 104 orang. Berangkat dari informasi itu, peneliti melakukan survey sendiri untuk pencarian data siapa saja mahasiswa yang membaca Majalah CINEMAGS yang dapat dijadikan populasi. Lalu, ditemukanlah 79 orang mahasiswa yang membaca Majalah CINEMAGS yang tersebar pada dua angkatan. Maka, penulis pun

melakukan penghitungan jumlah sampel yang bisa diteliti dari total populasi tersebut menggunakan rumus Taro Yamane (Kriyantono, 2009:162).

Dengan menggunakan tingkat presisi sebesar 5% dan tingkat kepercayaan 95%, hasil penghitungannya adalah sebagai berikut:

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

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi Diketahui

d = Presisi yang Ditetapkan (5%)

$$n = \frac{79}{79(0,005)^2 + 1}$$

$$n = \frac{79}{0,1975 + 1}$$

$$n = \frac{79}{1,1975}$$

n = 65,9 (66 orang)

Teknik ini dipergunakan penulis dengan mempertimbangkan alasan yang timbul selama pengerjaan penelitian ini. Karena penulis tidak mendapatkan detail data nama-nama mahasiswa Cinematography angkatan 2010 dan 2011, maka penulis harus mendata sendiri semua nama-namanya. Setelah itu penulis melakukan *pre-test* dengan tujuan menyeleksi dari seluruh mahasiswa Cinematography angkatan 2010 – 2011, mana yang pernah membaca Majalah CINEMAGS lebih dari satu kali. Dari *pre-test* itulah angka 79 orang muncul.

Setelah mendapatkan hasil dari penghitungan Yamane, sejumlah 66 oranglah yang dijadikan sampel. Peneliti menggunakan teknik Sampling Random Sederhana (*Simple Random Sampling*), yang artinya setelah mendapatkan angka 66, penulis mengundi siapa saja nama-nama yang bisa dijadikan sampel dari 79 orang itu asal kuotanya mencapai 66 orang yang terdiri dari 33 orang mahasiswa angkatan 2010 dan 33 orang mahasiswa angkatan 2011, karena orang-orang dalam seluruh populasi memiliki probabilitas yang sama satu dengan yang lainnya.

Dipilihnya mahasiswa Cinematography angkatan 2010 dan 2011 UMN untuk menjadi responden berangkat dari tujuan ingin meneliti kepuasan penggunaan majalah khusus film berdasarkan motif oleh orang-orang yang berkecimpung dalam dunia film itu sendiri, bukannya pembaca biasa yang hanya menggemari film. Dipilihnya mahasiswa kemudian menjadi responden adalah karena mereka masih dalam tahap pembelajaran dengan asumsi bahwa untuk belajar soal perfilman, mereka membutuhkan sebuah referensi media *segmented* mengenai film yang lebih besar dari orang lain. Dan CINEMAGS dapat menjadi sasaran referensi itu yang membahas mengenai film dan perfilman nasional maupun internasional untuk dijadikan sebuah pegangan.

### **3.4 Operasionalisasi Konsep (Variabel)**

#### **3.4.1 Motif dalam Penggunaan Media (*variabel X*)**

Dalam penelitian ini, khalayak yang menggunakan media telah didorong oleh motif-motif tertentu (*Gratification Sought*). Seperti motif untuk mendapatkan

informasi. Apabila seseorang membutuhkan suatu informasi, tentunya orang tersebut akan memilih media yang dianggap bisa memenuhi segala rasa penasaran dan keingintahuannya. Sebelum khalayak memutuskan untuk membaca majalah CINEMAGS, tentunya sebelumnya ia memiliki harapan akan apa yang akan didapatkan jika ia membaca majalah CINEMAGS. Penggunaan media menjadi variabel independen dalam penelitian ini.

Kategori motif menurut McQuail dalam Kriyantono (2009: 213-214), yaitu:

1. *Motif informasi*; pengguna dikatakan memiliki motif informasi apabila mereka:
  - a. Ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat
  - b. Ingin mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia
  - c. Ingin mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
  - d. Ingin mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat
  - e. Ingin memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
2. *Motif identitas pribadi*; pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka:
  - a. Ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pembaca itu sendiri
  - b. Ingin mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media



3. *Motif integrasi dan interaksi sosial*; pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:
  - a. Ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
  - b. Ingin menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya
  - c. Ingin untuk dekat dengan orang lain
  - d. Ingin untuk dihargai orang lain
4. *Motif hiburan*; pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka:
  - a. Ingin melepaskan diri dari permasalahan
  - b. Ingin bisa bersantai dan mengisi waktu luang
  - c. Ingin bisa menyalurkan emosi
  - d. Ingin bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan

### 3.4.2 Kepuasan Pembaca (*variabel Y*)

Setelah pembaca mengetahui apa motif yang membuatnya membaca majalah CINEMAGS, pembaca akan mengonsumsi media tersebut, dan setelah itu barulah ia bisa mengetahui apakah dengan menggunakan media itu dapat memuaskan motif membacanya. Jika pembaca sudah sampai pada level kepuasan tertentu yang boleh dibilang tinggi, maka ia akan memiliki keinginan untuk terus mengonsumsi media itu dan kecil kemungkinan ia mengonsumsi media lain juga. Lalu peneliti juga dapat mengetahui motif apa yang paling terpuaskan setelah

mengonsumsi media. Objek yang digunakan untuk penelitian adalah mahasiswa/i jurusan Cinematography, Fakultas Desain Komunikasi Visual di Universitas Multimedia Nusantara angkatan 2010 dan 2011 yang membaca Majalah CINEMAGS.

Dari konsep kepuasan informasi, maka secara operasional, kepuasan dapat diukur dari:

1. *Kepuasan atas Motif informasi*; pengguna dikatakan telah terpuaskan pemenuhan motif informasinya apabila mereka:
  - a. Dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat
  - b. Dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia
  - c. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah
  - d. Dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat
  - e. Dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
2. *Kepuasan atas Motif identitas pribadi*; pengguna dikatakan telah terpuaskan pemenuhan motif identitas pribadi apabila mereka:
  - c. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pembaca itu sendiri
  - d. Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media
3. *Kepuasan atas Motif integrasi dan interaksi sosial*; pengguna dikatakan telah terpuaskan pemenuhan motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:

- a. Dapat memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
  - b. Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya
  - c. Dekat dengan orang lain
  - d. Dihargai orang lain
4. *Kepuasan atas Motif hiburan*; pengguna dikatakan telah terpuaskan pemenuhan motif hiburannya apabila mereka:
- e. Dapat melepaskan diri dari permasalahan
  - f. Bisa bersantai dan mengisi waktu luang
  - g. Bisa menyalurkan emosi
  - h. Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan

UMMN

**Tabel 3.1 OPERASIONALISASI KONSEP:**

No.	<i>Gratification Sought</i>	Dimensi	Indikator
1.	Motif membaca majalah khusus film "CINEMAGS" (X)	- Motif Informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dengan membaca CINEMAGS, ingin mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat mengenai film dan perfilman</li> <li>2. Dengan membaca CINEMAGS, ingin mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia mengenai film dan perfilman</li> <li>3. Dengan membaca CINEMAGS, ingin mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah mengenai film dan perfilman</li> <li>4. Dengan membaca CINEMAGS, ingin mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat mengenai film dan perfilman</li> <li>5. Dengan membaca CINEMAGS, ingin memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan mengenai film dan perfilman</li> </ol>
		- Motif Identitas Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Dengan membaca CINEMAGS, ingin menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pembaca itu sendiri mengenai film dan perfilman</li> <li>7. Dengan membaca CINEMAGS, ingin mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media</li> </ol>

		- Motif Integrasi dan Interaksi Sosial	<p>8. Dengan membaca CINEMAGS, ingin memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial mengenai film dan perfilman</p> <p>9. Dengan membaca CINEMAGS, ingin menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya mengenai film dan perfilman</p> <p>10. Dengan membaca CINEMAGS, ada keinginan untuk dekat dengan orang lain mengenai film dan perfilman</p> <p>11. Dengan membaca CINEMAGS, ada keinginan untuk dihargai orang lain mengenai film dan perfilman</p>
		- Motif Hiburan	<p>12. Dengan membaca CINEMAGS, ingin melepaskan diri dari permasalahan mengenai film dan perfilman</p> <p>13. Dengan membaca CINEMAGS, ingin bersantai dan mengisi waktu luang</p> <p>14. Dengan membaca CINEMAGS, ingin menyalurkan emosi</p> <p>15. Dengan membaca CINEMAGS, ingin mendapatkan hiburan dan kesenangan</p>

<b>No.</b>	<b><i>Gratification Obtained</i></b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator</b>
2.	Tingkat kepuasan setelah membaca majalah khusus film "CINEMAGS"	- Kepuasan mendapatkan Informasi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terdapat kepuasan dalam mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat mengenai film dan perfilman</li> <li>2. Terdapat kepuasan dalam mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia mengenai film dan perfilman</li> <li>3. Terdapat kepuasan dalam mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah mengenai film dan perfilman</li> <li>4. Terdapat kepuasan dalam mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat mengenai film dan perfilman</li> <li>5. Terdapat kepuasan dalam memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan mengenai film dan perfilman</li> </ol>
		- Kepuasan mendapatkan Identitas Pribadi	<ol style="list-style-type: none"> <li>6. Terdapat kepuasan dalam menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi pembaca itu sendiri mengenai film dan perfilman</li> <li>7. Terdapat kepuasan dalam mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media</li> </ol>
		- Kepuasan mendapatkan Integrasi dan Interaksi Sosial	<ol style="list-style-type: none"> <li>8. Terdapat kepuasan dalam memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial mengenai film dan perfilman</li> <li>9. Terdapat kepuasan dalam menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya mengenai film dan perfilman</li> </ol>

			<p>10. Terdapat kepuasan telah dekat dengan orang lain mengenai film dan perfilman</p> <p>11. Terdapat kepuasan telah dihargai orang lain mengenai film dan perfilman</p>
		- Kepuasan Hiburan	<p>12. Terdapat kepuasan karena bisa melepaskan diri dari permasalahan mengenai film dan perfilman</p> <p>13. Terdapat kepuasan karena bisa bersantai dan mengisi waktu luang</p> <p>14. Terdapat kepuasan karena bisa menyalurkan emosi</p> <p>15. Terdapat kepuasan karena bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan</p>

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data-data yang diperlukan. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuannya adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir apabila responden tidak memberikan jawaban yang sesuai dengan kenyataan dalam daftar pengisian pernyataan (Kriyantono, 2009:65). Kuesioner yang disebar oleh penulis berisikan pertanyaan untuk mengetahui pengaruh penggunaan media cetak (majalah CINEMAGS) terhadap tingkat kepuasan membaca.

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen pengumpulan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Tujuan penyebaran kuesioner ini adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari

responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian pertanyaan (Kriyantono, 2006:95).

Data yang digunakan pada analisis statistik penelitian ini adalah data primer, yaitu informasi yang diperoleh pertama kali oleh peneliti berdasarkan variabel penelitian. Kuesioner atau disebut juga angket terbagi menjadi beberapa jenis (Kriyantono, 2006:95):

1. Angket terbuka: bila pertanyaan di dalam angket diformulasikan sedemikian rupa sehingga responden mempunyai kebebasan untuk menjawab tanpa adanya alternatif jawaban yang diberikan oleh peneliti.
2. Angket tertutup: suatu angket di mana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh peneliti. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda X atau  $\surd$

Penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup karena responden hanya tinggal memberikan *checklist* pada jawaban yang dirasa benar dan dialaminya. Kuesioner ini memberikan batasan pada jawaban dari responden. Penyusunan kuesioner diawali dengan merumuskan operasionalisasi konsep/variabel terlebih dahulu, yang terdiri dari konsep, variabel, dimensi dan indikator untuk kuesioner. Barulah setelah itu pertanyaan pada kuesioner mengacu sepenuhnya pada perumusan indikator di operasionalisasi konsep/variabel.



### 3.6 Teknik Pengukuran Data

#### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2006: 49). Semakin tinggi hasil validitasnya, maka semakin menggambarkan tingkat keabsahan suatu penelitian. Menurut Sugiyono (2009: 348), valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan lainnya terdapat kesamaan).

Kriteria pengambilan keputusan uji validitas dengan membandingkan *level of significant* sebesar 5%, yaitu:

1. Jika **Sig < 0.05** maka item pernyataan **Valid**
2. Jika **Sig > 0.05** maka item pernyataan **Tidak Valid**

Dalam Uji Validitas, peneliti menyebarkan kuesioner pada 20 orang mahasiswa yang juga membaca Majalah CINEMAGS terlebih dahulu untuk diteliti apakah kuesioner/angket yang dibuat oleh peneliti sudah layak disebar atau belum. Penelitian ini menggunakan teknik korelasi Pearson melalui perhitungan dari software SPSS 16.0. Dari penghitungan SPSS tersebut, muncullah data: (detail terdapat di Lampiran)

Tabel 3.2

Uji Validitas Variabel X (Motif Menggunakan Media)

No. Pernyataan	MOTIF (Variabel X)	Keterangan
M1	(Sig 2-tailed) .000	VALID
M2	(Sig 2-tailed) .015	VALID
M3	(Sig 2-tailed) .122	TIDAK VALID
M4	(Sig 2-tailed) .019	VALID
M5	(Sig 2-tailed) .000	VALID
M6	(Sig 2-tailed) .004	VALID
M7	(Sig 2-tailed) .001	VALID
M8	(Sig 2-tailed) .021	VALID
M9	(Sig 2-tailed) .006	VALID
M10	(Sig 2-tailed) .021	VALID
M11	(Sig 2-tailed) .006	VALID
M12	(Sig 2-tailed) .006	VALID
M13	(Sig 2-tailed) .623	TIDAK VALID
M14	(Sig 2-tailed) .007	VALID
M15	(Sig 2-tailed) .454	TIDAK VALID

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 16.0 oleh peneliti

Dari data Uji Validitas Variabel X (Motif) di atas, nampak 3 pernyataan tidak valid karena  $Sig > 0.05$ , yaitu nomor 3, 13, dan 15. Lalu peneliti membuang 3 pernyataan yang tidak valid tersebut, dan menguji ulang validitas. Setelah uji validitas selesai, keluarlah hasil seperti ini yang semua pernyataannya menjadi valid:

**Tabel 3.3**  
**Uji pasca-Validitas Variabel X (Motif Menggunakan Media)**

<b>No. Pernyataan</b>	<b>MOTIF (Variabel X)</b>	<b>Keterangan</b>
M1	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
M2	(Sig 2-tailed) .016	<i>VALID</i>
M4	(Sig 2-tailed) .035	<i>VALID</i>
M5	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
M6	(Sig 2-tailed) .001	<i>VALID</i>
M7	(Sig 2-tailed) .002	<i>VALID</i>
M8	(Sig 2-tailed) .014	<i>VALID</i>
M9	(Sig 2-tailed) .003	<i>VALID</i>
M10	(Sig 2-tailed) .012	<i>VALID</i>
M11	(Sig 2-tailed) .003	<i>VALID</i>
M12	(Sig 2-tailed) .008	<i>VALID</i>
M14	(Sig 2-tailed) .018	<i>VALID</i>

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 16.0 oleh peneliti

Lalu untuk Variabel Kepuasan (Y), tabel datanya sebagai berikut:

**Tabel 3.4**  
**Uji Validitas Variabel Y (Tingkat Kepuasan Pembaca atas**  
**Terpenuhinya Motif)**

<b>No. Pernyataan</b>	<b>KEPUASAN (Variabel Y)</b>	<b>Keterangan</b>
K1	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
K2	(Sig 2-tailed) .076	<i>VALID</i>
K3	(Sig 2-tailed) <b>.485</b>	<i>TIDAK VALID</i>
K4	(Sig 2-tailed) .013	<i>VALID</i>
K5	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
K6	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
K7	(Sig 2-tailed) .006	<i>VALID</i>
K8	(Sig 2-tailed) .005	<i>VALID</i>
K9	(Sig 2-tailed) .012	<i>VALID</i>
K10	(Sig 2-tailed) .001	<i>VALID</i>
K11	(Sig 2-tailed) .007	<i>VALID</i>
K12	(Sig 2-tailed) .012	<i>VALID</i>
K13	(Sig 2-tailed) <b>.743</b>	<i>TIDAK VALID</i>
K14	(Sig 2-tailed) .011	<i>VALID</i>

K15	(Sig 2-tailed) <b>.325</b>	<i>TIDAK VALID</i>
-----	----------------------------	--------------------

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 16.0 oleh peneliti

Dari data Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan) di atas, juga nampak 3 pernyataan tidak valid karena Sig > 0.05, yaitu nomor 3, 13, dan 15. Lalu peneliti membuang 3 pernyataan yang tidak valid tersebut, dan menguji ulang validitas. Setelah uji validitas selesai, keluarlah hasil seperti ini yang semua pernyataannya menjadi valid:

**Tabel 3.5**  
**Uji pasca-Validitas Variabel Y (Tingkat Kepuasan Pembaca atas Terpenuhinya Motif)**

<b>No. Pernyataan</b>	<b>KEPUASAN (Variabel Y)</b>	<b>Keterangan</b>
K1	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
K2	(Sig 2-tailed) .070	<i>VALID</i>
K4	(Sig 2-tailed) .013	<i>VALID</i>
K5	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
K6	(Sig 2-tailed) .000	<i>VALID</i>
K7	(Sig 2-tailed) .002	<i>VALID</i>
K8	(Sig 2-tailed) .012	<i>VALID</i>
K9	(Sig 2-tailed) .019	<i>VALID</i>

K10	(Sig 2-tailed) .001	<i>VALID</i>
K11	(Sig 2-tailed) .009	<i>VALID</i>
K12	(Sig 2-tailed) .012	<i>VALID</i>
K14	(Sig 2-tailed) .010	<i>VALID</i>

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 16.0 oleh peneliti

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2009: 348), reliabel berarti instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Untuk menguji reliabilitas, kita harus memahami bahwa ada dua faktor: hasil pengukuran yang sebenarnya (*true score*), dan kesalahan pengukuran (*measurement error*). Kesalahan pengukuran ini bisa berasal dari banyak sebab, misalnya kata-kata dalam kuesioner membingungkan (ambigu), atau responden salah memilih jawaban (Kriyantono, 2009: 143)

Menurut Imam Ghozali dalam bukunya Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19 (2011:48), pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

1. *Repeated Measure* atau pengukuran ulang: Di sini seseorang akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dengan jawabannya.

2. *One Shot* atau pengukuran sekali saja: Di sini pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dan uji statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $> 0.70$  (Nunnally, 1994)

Jadi kesimpulannya sebagai berikut:

1. Jika Cronbach's Alpha  $> 0.70$  maka reliabel
2. Jika Cronbach's Alpha  $< 0.70$  maka tidak reliabel

Peneliti menggunakan cara yang kedua yaitu *One Shot*. Pengujian reliabilitas menggunakan perhitungan SPSS 16.0 dengan koefisien *Cronbach's Alpha*. Total item yang berjumlah 24 item (setelah melalui proses Uji Validitas) yang berasal dari dua variabel (masing-masing berjumlah 12 item) yang digunakan untuk mengukur motif menggunakan media dan tingkat kepuasan pemenuhan motif. Hasil statistiknya adalah sebagai berikut:

**Tabel 3.6**

**Hasil Uji Reliabilitas Motif Mahasiswa Cinematography Membaca**

**CINEMAGS**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.844	.845	12

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 16.0 oleh peneliti

**Tabel 3.7**

**Hasil Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan atas Terpenuhinya Motif**

**Mahasiswa Cinematography Membaca CINEMAGS**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.848	.852	12

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 16.0 oleh peneliti

Berdasarkan kedua tabel di atas, ditemukan bahwa hasil pengujian Variabel X bernilai 0.845, sedangkan Variabel Y bernilai 0.852. Jadi dapat dinyatakan bahwa kedua variabel lolos dari Uji Reliabilitas yang juga berarti pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dianggap reliabel dan mampu mewakili



pemikiran responden dalam menentukan kepuasan atas tepenuhinya motif saat membaca Majalah CINEMAGS.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan untuk mengukur data adalah skala Likert. Menurut Kriyantono (2009:136), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang terhadap suatu objek. Ukuran ini dibagi ke dalam lima skala yaitu sangat tidak setuju, tidak setuju, kurang setuju, setuju, dan sangat tidak setuju. Dalam penelitian ini, lima skala yang digunakan adalah (dengan bobot nilainya):

Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1
Tidak Setuju (TS)	: 2
Ragu-ragu (RR)	: 3
Setuju (S)	: 4
Sangat Setuju (SS)	: 5

Skala Likert digunakan untuk mengukur variabel pertama *Gratification Sought* (penggunaan media berdasarkan pada motif) dan variabel kedua *Gratification Obtained* (tingkat kepuasan pembaca dalam pemenuhan motif setelah menggunakan suatu media).

Maka penggolongan kategori berdasarkan nilai (skor) yang diperoleh dilakukan dengan cara mengalihkan besarnya bobot pada kategori tertentu yang

telah ditetapkan dengan jumlah responden yang masuk dalam kategori yang sama (Darianto dan Sugiarta, 2001 : 43).

Teknik analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis bivariat di mana analisis ini melihat hubungan dua variabel yang merupakan variabel pokok yaitu variabel pengaruh (bebas) dan variabel terpengaruh (terikat).

