



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

Metodologi Penelitian

3.1 Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, digunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode di mana data dikonversi menjadi angka dan ditujukan untuk analisis statistik. Sedangkan definisi lainnya, kuantitatif merupakan penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2010: 55).

Menurut Rubin, Palmgreen, & Sypher (1994), metode kuantitatif (*quantitative method*) menuntut peneliti untuk melakukan pengamatan yang dapat dikuantifikasi (diubah dalam bentuk angka) dan kemudian menganalisis angka-angka tersebut. Lindlof dan Taylor (2002) menyebutkan, metode ini dianggap lebih tepat untuk peneliti yang memiliki pandangan positivistik atau empiris (Lynn H. Turner, 2008: 77).

Penulis juga harus menjaga sifat objektif, maka dalam analisis data pun periset tidak boleh mengikut sertakan analisis dan interpretasi yang bersifat subjektif (Kriyantono, 2010:56). Oleh karena itu, dalam penelitian ini peneliti membuat jarak dengan objek dan realitas yang diteliti.

Jenis penelitian ini adalah eksplanatif-asosiatif. Menurut Rachmat Kriyantono (2010), penelitian eksplanatif bersifat menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti. Penelitian ini menjelaskan hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian ini menggunakan pendekatan *positivis*, yang merupakan bagian dari penelitian kuantitatif. Teori ini menjelaskan mengapa individu media tertentu dalam waktu tertentu, dan apa yang mereka dapatkan dari hubungan dengan media tersebut. Studi yang dikemukakan oleh Katz, Blumer dan Gurevitch ini mempelajari keadaan sosial dan psikologikal dari kebutuhan yang menghasilkan ekspektasi terhadap media massa dari sumber lain yang mengarahkan pada pola hubungan dengan media dan menghasilkan kebutuhan dan kepuasan (Miller, 2005 : 256-260).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Menurut Rachmat Kriyantono (2010:59) metode survei adalah riset yang terstruktur dan mendetail dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.

Dalam perkembangannya metode survei memungkinkan menggunakan wawancara sebagai instrumen riset disamping kuesioner. Tujuannya adalah untuk

memperdalam analisis dan interpretasi data. Namun wawancara pada survei dilakukan sebatas untuk mengembangkan kuesioner yang diisi responden (Kriyantono, 2010: 59).

Metode survei digunakan untuk mencari hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*. Penelitian survei dimulai dengan mengumpulkan data lewat kuesioner. Kuesioner merupakan kumpulan daftar pernyataan yang harus diisi oleh responden. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada responden, mengenai hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*. Data yang didapatkan kemudian diolah dalam bentuk kode-kode yang disederhanakan untuk ditarik kesimpulan hasil penelitiannya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Menurut Priyatno (2008:9), populasi adalah suatu kelompok atau kumpulan subjek atau objek yang akan dikenai generalisasi hasil penelitian. Populasi juga diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi bisa berupa orang, organisasi, televisi, iklan, dan lainnya (Sugiyono, 2002:55).

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa UMN program studi komunikasi dengan peminatan jurnalistik angkatan 2010 yang mengikuti

akun Kompas.com di *twitter*, berlokasi di Gading Serpong, Tangerang Banten yang berjumlah 64 orang.

3.3.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari keseluruhan obyek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2006:149). Sampel dari penelitian ini meliputi 55 mahasiswa (FIKOM peminatan jurnalistik angkatan 2010) UMN yang mengikuti akun Kompas.com di *twitter* berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Yamane. Alasan pemilihan pengambilan sampel adalah mahasiswa jurnalistik 2010 karena mereka diasumsikan sudah memahami masalah pemberitaan, karena telah mempelajari mata kuliah seperti, pengantar jurnalistik, komunikasi massa, *feature* media siar.

Pada penelitian ini jenis sampel yang sesuai adalah *simple random sampling*. karena setiap mahasiswa FIKOM UMN dapat dipilih untuk menjadi anggota sampel pada penelitian ini. Menurut Kriyantono (2010:152), sampel probabilitas yaitu sampel yang ditarik berdasarkan probabilitas di mana setiap unsur populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih melalui perhitungan secara sistematis.

Teknik pengambilan sampel yang dipergunakan adalah *sampling random sederhana*. Dalam teknik ini pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa membedakan strata dalam populasi tersebut. Anggota populasi dianggap homogen. Anggota populasi ini dianggap homogen karena sejajar yaitu

sebagai mahasiswa. Penelitian dilakukan dengan menyebar angket kepada mahasiswa FIKOM Jurnalistik UMN 2010 .

Dari data populasi yang peneliti dapatkan, maka peneliti akan menghitung jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini. Penentuan ukuran sampel atau jumlah sampel bisa dilakukan dengan penghitungan statistik (Kriyantono, 2009:162).

Dengan menggunakan tingkat presisi sebesar 5%, dan menggunakan rumus Taro Yamane, maka jumlah sampel yang akan diambil adalah sebagai berikut :

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

n = Jumlah Sampel

N= Jumlah Populasi Diketahui

d = Presisi yang Ditetapkan (5%)

$$n = \frac{64}{64.(0.05)^2+1}$$

$$n = \frac{64}{64.(0.0025)^2+1}$$

$$n = \frac{64}{1,16} = 55,17$$

3.4 Operasionalisasi konsep

Operasionalisasi konsep merupakan proses yang dilakukan agar variabel dapat diukur. Hasil dari operasionalisasi konsep berupa konstruk dan variabel beserta indikator-indikator pengukurannya (Kriyantono, 2009 :26).

3.4.1 Motif mengakses akun Kompas.com di *twitter*

Dari konsep motif mengakses Kompas.com di *twitter* maka secara operasional, motif bisa diukur dari:

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan-alasan atau dorongan-dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan manusia berbuat sesuatu. Motif memberi tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Perbuatan dan tingkah laku manusia tentu sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya (Erdinaya, 2004: 87).

Peneliti menggunakan kategori motif menurut McQuail antara lain: (Kriyantono, 2010 : 215-216)

Motif informasi, pengguna dikatakan memiliki motif informasi apabila mereka:

- a. Ingin 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

Motif identitas pribadi; pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka;

- a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri
- b. Dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam media
- c. Memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa.

Motif integrasi dan interaksi sosial; pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka;

- a. Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
- b. Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya
- c. Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa
- d. Keinginan untuk dekat dengan orang lain
- e. Keinginan untuk dihargai orang lain

Motif hiburan; pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka;

- a. Dapat melepaskan diri dari permasalahan
- b. Bisa bersantai dan mengisi waktu luang

- c. Bisa menyalurkan emosi
- d. Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan

3.4.2 Kepuasan mengakses akun Kompas.com di *twitter*

Kepuasan adalah terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu menggunakan media. Yang dimaksud kepuasan dalam penelitian ini adalah sejumlah kebutuhan yang dapat dipenuhi setelah mengakses Kompas.com di *twitter*. Kepuasan diukur setelah terpenuhinya motif awal yang mendasari individu dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter* (Kriyantono, 2006:217).

Kategori kepuasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Kepuasan informasi; pengguna dikatakan mendapatkan kepuasan informasi 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

Kepuasan identitas pribadi; pengguna dikatakan memiliki kepuasan identitas pribadi apabila mereka;

- a. Dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa itu sendiri
- b. Dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media
- c. Memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa.

Kepuasan integrasi dan interaksi sosial; pengguna dikatakan memiliki kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila mereka;

- a. Memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial
- b. Dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang lain di sekitarnya
- c. Dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa
- d. Keinginan untuk dekat dengan orang lain
- e. Keinginan untuk dihargai orang lain

Kepuasan hiburan; pengguna dikatakan memiliki kepuasan hiburan apabila mereka;

- a. Dapat melepaskan diri dari permasalahan
- b. Bisa bersantai dan mengisi waktu luang
- c. Bisa menyalurkan emosi
- d. Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan

Tabel 3.1

Operasionalisasi Konsep

No.	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Motif mahasiswa mengikuti akun Kompas.com di <i>twitter</i>	Motif informasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat keinginan untuk mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat 2. Tingkat keinginan untuk mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia 3. Tingkat keinginan untuk dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai masalah 4. Tingkat keinginan untuk dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat 5. Tingkat keinginan untuk dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan
		Motif identitas pribadi	<ol style="list-style-type: none"> 6. Tingkat keinginan untuk dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa 7. Tingkat keinginan untuk dapat mengidentifikasi diri dengan nilai lain dalam media 8. Tingkat keinginan untuk memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa

		Motif integrasi dan interaksi sosial	<p>9. Tingkat keinginan untuk dapat memperoleh pengetahuan berkenaan dengan empati sosial</p> <p>10. Tingkat keinginan untuk dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang di sekitar</p> <p>11. Tingkat keinginan untuk dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa</p> <p>12. Tingkat keinginan untuk dapat dekat dengan orang lain</p> <p>13. Tingkat keinginan untuk dapat dihargai orang lain</p>
		Motif hiburan	<p>14. Tingkat keinginan untuk dapat melepaskan diri dari permasalahan</p> <p>15. Tingkat keinginan untuk dapat bisa bersantai dan mengisi waktu luang</p> <p>16. Tingkat keinginan untuk dapat menyalurkan emosi</p> <p>17. Tingkat keinginan untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan</p>
2.	Tingkat kepuasan mahasiswa setelah mengakses Kompas.com di <i>twitter</i>	Kepuasan memperoleh informasi	<p>1. Kepuasan dapat mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat</p> <p>2. Kepuasan dapat mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan dunia</p> <p>3. Kepuasan dapat mencari bimbingan</p>

		<p>menyangkut berbagai masalah</p> <p>4. Kepuasan dapat mencari bimbingan menyangkut berbagai pendapat</p> <p>5. Kepuasan dapat memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan</p>
	Kepuasan memperoleh identitas pribadi	<p>6. Kepuasan dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi mahasiswa</p> <p>7. Kepuasan dapat mengidentifikasi diri dengan nilai lain dalam media</p> <p>8. Kepuasan dapat memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa</p>
	Kepuasan dalam interaksi sosial	<p>9. Kepuasan dapat memperoleh pengetahuan berkenaan dengan empati sosial</p> <p>10. Kepuasan dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan orang di sekitar</p> <p>11. Kepuasan dapat menjalankan peran sosial sebagai mahasiswa</p> <p>12. Kepuasan dapat dekat dengan orang lain</p> <p>13. Kepuasan dapat dihargai orang lain</p>
	Kepuasan mendapat hiburan	<p>14. Kepuasan dapat melepaskan diri dari permasalahan</p> <p>15. Kepuasan dapat bisa bersantai dan mengisi waktu luang</p>

		16. Kepuasan dapat menyalurkan emosi 17. Kepuasan dapat mendapatkan hiburan dan kesenangan
--	--	---

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan untuk mengumpulkan data. Metodologi pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yaitu daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuannya adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan (Kriyantono, 2006:93).

Kuesioner tersebut berisi pertanyaan tentang motif mengakses Kompas.com di *twitter* (GS) serta tingkat kepuasan dalam mengakses Kompas.com di *twitter* (GO). Sumber data diperoleh dari hasil kuesioner yang diisi oleh responden, yang merupakan pengakses Kompas.com yang berdomisili di Tangerang, khususnya mahasiswa UMN.

Alat ukur yang digunakan dalam pengukuran kuesioner adalah pengukuran skala *Likert*. Skala *Likert* masing-masing dibagi ke dalam lima buah skala yaitu : sangat tidak setuju, tidak setuju, tidak tahu, setuju, sangat setuju untuk mengukur motif yang membuat mahasiswa mengikuti akun Kompas.com di *twitter* (*Gratification Sought*), dan sangat tidak setuju, tidak setuju, ragu-ragu,

setuju, sangat setuju untuk mengukur tingkat kepuasan pengakses akun Kompas.com di *twitter*. (GO)

“Skala Likert digunakan untuk mengukur objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pertanyaan yang harus diisi responden (Kriyantono, 2010:138).”

Jenis kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup, di mana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Responden tinggal memilih jawaban yang menurutnya sesuai dengan realitas yang dialaminya, biasanya dengan memberikan tanda X atau \surd (Kriyantono, 2006:94).

Setelah kuesioner selesai diisi oleh responden, peneliti mengumpulkan kuesioner tersebut dengan melakukan proses pemeriksaan dan seleksi apakah kuesioner tersebut telah diisi dengan benar oleh responden. Hasil dari pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner ini kemudian diolah dengan menggunakan SPSS.

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah ketetapan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengujian instrument pengumpulan data, validitas bisa dibedakan menjadi validitas faktor dan validitas item. Validitas faktor diukur bila item yang disusun menggunakan lebih dari satu faktor (antara faktor satu dengan lainnya terdapat kesamaan). Pengukuran validitas faktor ini

dengan cara mengkorelasikan antara skor faktor (penjumlahan item dalam satu faktor) dengan skor total faktor (total keseluruhan faktor), sedangkan pengukuran validitas item dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Dari hasil perhitungan korelasi akan didapat suatu koefisien korelasi yang digunakan untuk mengukur tingkat validitas suatu item dan untuk menentukan suatu item layak digunakan atau tidak (Priyatno,2008:16).

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*

Penelitian ini menggunakan teknik korelasi *Spearman Rank* melalui perhitungan *SPSS 16.0*. Menurut Masrun dalam Sugiyono (2009:142) menyatakan bahwa item yang menunjukkan korelasi positif dengan lriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa *item* tersebut juga mempunyai validitas yang tinggi dengan syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat (*valid*) adalah $r=0.3$ ". Berikut adalah rumus korelasi *Spearman Rank* :

$$\gamma_{ho} = 1 - \frac{6\sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

Keterangan :

- γ_{ho} : koefisien korelasi *Spearman Rank*
- 1 : bilangan konstan
- 6 : bilangan konstan
- d : perbedaan antara pasangan jenjang
- Σ : Jumlah
- N : jumlah individu dalam sampel

Dalam penelitian ini, peneliti menyajikan kuesioner kepada 15 responden awal yang terdiri dari 17 pertanyaan untuk variabel X (Motif mengakses akun Kompas.com di *twitter*) dan 17 pernyataan untuk variabel Y (Kepuasan mengakses akun Kompas.com di *twitter*).

Uji validitas pertama adalah untuk melihat *valid* tidaknya indikator dari motif mengakses akun Kompas.com di *twitter*.

Tabel 3.2
Spearman Rank Test (Motif mengakses akun Kompas.com di *twitter*)

		MOTIF		
Spearman's rho	M1	Correlation Coefficient	.594*	VALID
		Sig. (2-tailed)	.020	
		N	15	
	M2	Correlation Coefficient	.789**	VALID
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	15	
	M3	Correlation Coefficient	.744**	VALID
		Sig. (2-tailed)	.001	
		N	15	
	M4	Correlation Coefficient	.584*	VALID
		Sig. (2-tailed)	.022	
		N	15	
	M5	Correlation Coefficient	.714**	VALID
		Sig. (2-tailed)	.003	
		N	15	
	M6	Correlation Coefficient	.874**	VALID
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	15	
	M7	Correlation Coefficient	.846**	VALID
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	15	

M8	Correlation Coefficient	.635*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.011	
	N	15	
M9	Correlation Coefficient	.777**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	15	
M10	Correlation Coefficient	.584*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.022	
	N	15	
M11	Correlation Coefficient	.594*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.020	
	N	15	
M12	Correlation Coefficient	.857**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	15	
M13	Correlation Coefficient	.715**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.003	
	N	15	
M14	Correlation Coefficient	.694**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.005	
	N	15	
M15	Correlation Coefficient	.654**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.008	
	N	15	
M16	Correlation Coefficient	.558*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.031	
	N	15	
M17	Correlation Coefficient	.578*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.029	
	N	15	
MOTIF	Correlation Coefficient	1.000	
	Sig. (2-tailed)	.	
	N	15	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari 17 pernyataan tentang motif pengguna dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*, seluruh pernyataan dinyatakan *valid* dan seluruhnya digunakan untuk pengumpulan data melalui angket.

Uji validitas kedua adalah untuk melihat *valid* tidaknya indikator dari kepuasan mengakses akun Kompas.com di *twitter*.

Tabel 3.3

Spearman Rank Test (Kepuasan mengakses akun Kompas.com di *twitter*)

			KEPUASAN	
Spearman's rho	KEPUASAN	Correlation Coefficient	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.	
		N	15	
K1		Correlation Coefficient	.590*	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.021	
		N	15	
K2		Correlation Coefficient	.670**	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.006	
		N	15	
K3		Correlation Coefficient	.792**	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	15	
K4		Correlation Coefficient	.615	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.004*	
		N	15	
K5		Correlation Coefficient	.715**	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.003	
		N	15	
K6		Correlation Coefficient	.803**	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.000	
		N	15	
K7		Correlation Coefficient	.815**	<i>VALID</i>
		Sig. (2-tailed)	.000	

	N	15	
K8	Correlation Coefficient	.560*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.030	
	N	15	
K9	Correlation Coefficient	.694**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.004	
	N	15	
K10	Correlation Coefficient	.723**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	15	
K11	Correlation Coefficient	.594*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.020	
	N	15	
K12	Correlation Coefficient	.822**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	15	
K13	Correlation Coefficient	.902**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	15	
K14	Correlation Coefficient	.661**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.007	
	N	15	
K15	Correlation Coefficient	.888**	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	15	
K16	Correlation Coefficient	.580*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.023	
	N	15	
K17	Correlation Coefficient	.578*	<i>VALID</i>
	Sig. (2-tailed)	.024	
	N	15	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari 17 pernyataan tentang kepuasan pengguna dalam mengakses Kompas.com di *twitter*, seluruh pernyataan adalah *valid* dan seluruhnya digunakan untuk pengumpulan data melalui angket.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawab yang sama terhadap gejala yang sama meskipun digunakan berulang kali. Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan, dan tetap. (Kriyantono, 2010:145)

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Jika *Chronbach's Alpha* > 0.60 maka reliabel
2. Jika *Chronbach's Alpha* < 0.60 maka tidak reliabel

Pengujian reliabilitas menggunakan perhitungan *SPSS 16.0* dengan koefisien *Alpha Cronbach*. Apabila *Alpha Cronbach* dari satu variabel lebih dari 0,6, maka variabel yang diteliti dapat dinyatakan reliabel. Namun jika *Alpha Cronbach* dari variabel yang diteliti kurang dari 0,6 maka variabel tersebut dinyatakan tidak reliabel. Berikut rumus yang digunakan :

$$\alpha = \frac{N \cdot c}{\delta + (N - 1) \cdot c}$$

Keterangan :

α : Cronbach Alpha

δ : Variasi rata-rata

N : Jumlah komponen

c : Total rata-rata koefisiensi diantara komponen

Tabel 3.4

Hasil Uji Reliabilitas Motif Mahasiswa Mengakses Kompas.com di *Twitter*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	15

Tabel 3.5

Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Mahasiswa Mengakses Kompas.com di *Twitter*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.904	15

3.7 Uji Koefisien Korelasi

Koefisien korelasi dikenal sebagai nilai hubungan atau korelasi antara dua atau lebih variabel yang diteliti. Nilai koefisien korelasi sebagaimana juga taraf signifikansi digunakan sebagai pedoman untuk menentukan suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak dalam suatu penelitian. Nilai koefisien korelasi bergerak dari $0 \geq 1$ atau $1 \leq 0$ (Bungin, 2011:194). Berikut tabel nilai koefisien korelasi.

Tabel 3.6
Nilai Koefisien Korelasi

Nilai Koefisien	Penjelasan
+0,70 – ke atas	<i>A very strong positive association</i> (hubungan positif yang sangat kuat)
+0,50 – +0,69	<i>A substansial positive association</i> (hubungan positif yang mantap)
+0,30 – +0,49	<i>A moderate positive association</i> (hubungan positif yang sedang)
+0,10 – +0,29	<i>A low positive association</i> (hubungan positif yang tak berarti)
0,0	No association (tidak ada hubungan)
-0,01 – -0,09	<i>A negligible negative association</i> (hubungan negatif tidak berarti)
-0,10 – -0,29	<i>A low negative association</i> (hubungan negatif yang sedang)
-0,30 – -0,49	<i>A moderate negative association</i> (hubungan negatif yang sedang)
-0,50 – -0,59	<i>A substansial negative association</i> (hubungan negatif yang mantap)
-0,70 – -ke bawah	<i>A very strong negative association</i> (hubungan negatif yang sangat kuat)

Sumber data :
Bungin,2011:194

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik korelasi *Spearman*

Rank dalam perhitungan *SPSS 16.0*. Berikut rumus yang digunakan :

$$r_{ho} = 1 - \frac{6\sum d^2}{N(N^2-1)}$$

Keterangan :

- r_{ho} : koefisien korelasi *Spearman Rank*
- 2 : bilangan konstan
- 6 : bilangan konstan
- d : perbedaan antara pasangan jenjang
- Σ : Jumlah
- N : jumlah individu dalam sampel

3.8 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan skala likert untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu objek sikap. Objek sikap ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti (Kriyantono, 2010:138).

Penelitian ini menggunakan analisis *bivariant* yang berfokus pada hubungan antar dua variabel yaitu variabel bebas dan terikat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*, serta untuk mengetahui ada atau tidaknya kepuasan khalayak dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*.

Beberapa pilihan untuk mengukur motif serta tingkat kepuasan pengguna dalam mengakses Kompas.com di *twitter* adalah sebagai berikut :

Tabel 3.7

Independen Variabel

Independen Variabel	Motif mahasiswa mengikuti akun Kompas.com di <i>twitter</i> (GS)
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Ragu ragu (RR)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Tabel 3.8

Dependen Variabel

Dependen Variabel	Kepuasan mahasiswa mengikuti akun Kompas.com di <i>twitter</i> (GO)
Sangat tidak setuju (STS)	1
Tidak setuju (TS)	2
Ragu ragu (RR)	3

Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

3.9 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian yang mencari hubungan antara motif dan kepuasan mahasiswa dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter*, maka hipotesis statistiknya dirumuskan sebagai berikut :

Nilai probabilitas (r) $>$ 0,01 maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Nilai probabilitas (r) $<$ 0,01 maka H_a diterima dan H_0 ditolak

- H_0 : tidak ada hubungan yang positif dan signifikan antara motif pengguna dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter* dengan kepuasan pengguna.
- H_a : ada hubungan yang positif dan signifikan antara motif pengguna dalam mengakses akun Kompas.com di *twitter* dengan kepuasan pengguna.