



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

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

### **Copyright and reuse:**

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

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif menurut (Yusuf, 2014, p. 58) melihat tingkah laku manusia dapat diramal dan realitas sosial yang objektif serta terukur. Sehingga penelitian kuantitatif dengan instrumen yang valid dan reliabel serta analisis statistik yang sesuai dan tepat, hasil penelitiannya yang dicapai tidak menyimpang dari kondisi yang sesungguhnya.

Kemudian, sifat penelitian ini adalah eksplanatif. Dalam penelitian eksplanatif, peneliti membutuhkan definisi konsep, kerangka konseptual, dan kerangka teori. Peneliti perlu melakukan kegiatan berteori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu dan lainnya. Variabel merupakan konsep yang dapat diukur. Kegiatan berteori ini terdapat dalam kerangka teori (Kriyantono, 2006, p. 69). Survei eksplanatif dibagi menjadi dua, yaitu asosiatif dan komparatif. Komparatif bertujuan untuk melakukan komparasi (membandingkan) antara variabel yang satu dengan variabel penelitian lainnya yang sejenis (Kriyantono, 2006, p. 60). Dalam penelitian ini, peneliti melakukan komparasi antara kepuasan generasi X dan generasi Y dalam menonton program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7.

## 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei. Menurut Sugiyono dalam Kristanto (2018, p. 10) metode survei merupakan salah satu bentuk metode penelitian kuantitatif. Data yang diperoleh dari metode penelitian survei adalah data yang terjadi pada masa lalu atau saat ini. Data-data tersebut merupakan data mengenai keyakinan, pendapat, karakteristik, dan perilaku responden.

Kemudian, menurut Neuman dalam Febriani & Dewi (2018, p. 50) metode survei diartikan sebagai penelitian kuantitatif yang secara sistematis mengajukan beberapa pertanyaan yang sama kepada orang yang cukup banyak dan mencatat jawaban-jawaban tersebut. Tujuan metode ini adalah untuk memberikan gambaran secara mendetail tentang latar belakang, sifat, dan karakter yang khas dari suatu kasus atau kejadian yang bersifat umum (Febriani & Dewi, 2018, p. 51). Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini akan disebarakan secara *online* menggunakan *Google Form* maupun *offline* dengan menggunakan kuesioner cetak kepada responden.

## 3.3 Populasi dan Sampel

### 3.3.1 Populasi

Populasi terdiri dari sekumpulan objek yang menjadi pusat perhatian yang terkandung informasi yang diinginkan diketahui (Gulo, 2010 p. 76-77). Lebih rinci, populasi berkaitan dengan seluruh kelompok

orang, peristiwa, atau benda yang menjadi pusat perhatian untuk diteliti (Hermawan, 2006, p. 145). Dalam penelitian ini populasinya adalah penduduk generasi X dan generasi Y di DKI Jakarta.

Menurut profil program *talk show* “Mata Najwa” di situs [www.TRANS7.co.id](http://www.TRANS7.co.id), program yang tayang di televisi setiap hari Rabu pukul 20.00 WIB (*super primetime*) tersebut, menargetkan dapat menarik penonton dari rentang usia yang lebar, yaitu *youth - oldies* (anak muda hingga orang tua) (Mata Najwa, n.d., para. 4). Pada era perkembangan teknologi informasi digital yang berkembang semakin pesat, ternyata media televisi masih diminati oleh khalayak di Indonesia. Dikutip dari hasil survei dari Nielsen (2018, para. 1) menunjukkan yang generasi Z (10-19 tahun) yang menonton televisi sebesar 97%. Kemudian, generasi X (35-49 tahun) yang menonton televisi sebesar 97%. Generasi Milenial (20-34 tahun) yang menonton televisi sebesar 96%. Terakhir, generasi *Baby Boomers* (50-64 tahun) yang menonton media televisi sebesar 95%.

Maka, berdasarkan survei tersebut, peneliti memutuskan untuk memilih generasi X dan generasi Y sebagai populasi ideal dalam penelitian ini. Generasi Z yang menduduki peringkat pertama tertinggi menonton televisi tidak dipilih, karena peneliti menilai khalayak usia 10 hingga 19 tahun tersebut masih terlalu dini untuk menonton program “Mata Najwa”. Generasi X dan generasi Y termasuk dalam *target audience* program “Mata Najwa”, yaitu *youth - oldies* dan memiliki

persentase jumlah menonton televisi yang tinggi. Menurut Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) dan Lembaga Sensor Film (LSF) dalam Fachruddin (2016, p. 54) khalayak dengan usia 18 tahun ke atas seperti generasi X dan generasi Y dapat menonton siaran untuk dewasa.

Pada penelitian ini, subjek penelitian untuk diketahui perbedaan kepuasan terhadap program “Mata Najwa” adalah generasi X dan generasi Y di DKI Jakarta. Hal tersebut dikarenakan generasi X dan generasi Y yang tinggal di ibukota Indonesia yang termasuk wilayah urban tersebut memiliki akses informasi yang cukup baik. Menurut hasil penelitian yang dilakukan *Alvara Research Center* (“Indonesia 2020”, 2016, p. 8) sebagai penduduk urban maka mereka pada umumnya memiliki karakteristik seperti hidup di wilayah industri, memiliki pendidikan umum, multikultur, merupakan masyarakat terbuka, serta informasinya tidak terbatas. DKI Jakarta memiliki indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi tertinggi di Indonesia, yaitu sebesar 7,61 (“BPS: Pembangunan Infrastruktur”, 2018, para 3-6).

Menurut Lancaster & Stillman dalam Putra (2016, pp. 125-128) generasi Y adalah mereka yang lahir dari tahun 1981 hingga 1999 yang artinya, saat ini berusia sekitar 20 hingga 38 tahun. Kemudian, generasi X menurut Lancaster & Stillman dalam Putra (2016, pp. 125-128) adalah mereka yang lahir dari tahun 1965 hingga 1980 yang artinya saat ini berusia sekitar 39 hingga 54 tahun. Menurut data dari *Jakarta Open Data*

(2017) menunjukkan jumlah penduduk dengan usia 20 hingga 54 tahun di provinsi DKI Jakarta adalah 5.896.561 orang.

### 3.3.2 Sampel

Sampel kerap disebut juga “contoh”, yaitu himpunan bagian dari suatu populasi. Sebagian besar dari populasi, yaitu sampel memberikan gambaran yang benar mengenai populasi tersebut. Pengambilan sampel dari suatu populasi disebut penarikan sampel atau *sampling* (Gulo, 2010, p. 78).

Dalam menentukan jumlah sampel, penelitian ini menggunakan rumus Slovin (Kriyantono, 2006, p. 164):

$n$ = ukuran sampel

$N$ = ukuran populasi

$e$ = tingkat kesalahan yang dipilih

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

$$n = \frac{5.896.561}{1 + (5.896.561)(0,1)^2}$$

$$n = \frac{5.896.561}{58.966,61}$$

$$n = 99,99$$

$$n = 100$$

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tingkat kesalahan 10%. Maka, berdasarkan rumus tersebut, ditentukan jumlah responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah 100 orang. Dikarenakan penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kepuasan pada dua sampel, maka jumlah responden tersebut akan dikalikan dua untuk mewakili masing-masing generasi X dan generasi Y. Maka jumlah responden untuk generasi X adalah 100 orang, begitu pula generasi Y juga berjumlah 100 orang. Sehingga dapat dijumlahkan responden dalam penelitian ini berjumlah 200 orang.

Pada penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas, yaitu *snowball sampling*. Teknik ini merupakan metode penentuan sampel yang pada awalnya berjumlah sangat kecil karena keterbatasan informasi. Kemudian sampel yang pertama kali dipilih disuruh menyebutkan rekan-rekannya yang memiliki karakteristik yang sama dengan mereka (Effendi & Tukiran, 2017, p. 173). Teknik *snowball sampling* dipilih peneliti karena memiliki keterbatasan informasi mengenai penduduk generasi Y dan generasi X di DKI Jakarta yang pernah menonton program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7. Becker dalam Nurdiani (2014, pp. 1112-1117) menjelaskan, teknik penarikan sampel ini dapat membantu peneliti untuk menemukan pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian yang sulit ditemukan atau tidak diketahui keberadaannya.

### 3.4 Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional adalah proses mendefinisikan variabel secara operasional berdasarkan karakteristik yang dapat diamati dan memungkinkan peneliti untuk melakukan pengukuran secara cermat terhadap suatu obyek atau fenomena (Nurdin & Hartati, 2019, p. 122). Untuk menghindari perbedaan penafsiran dalam memahami variabel penelitian, maka variabel tersebut harus didefinisikan se jelas mungkin dalam bentuk operasional (Widoyoko, 2012, p. 130). Untuk dapat menetapkan indikator pada variabel, diperlukan wawasan yang luas dan mendalam tentang variabel yang diteliti dari teori-teori yang mendukung. Maka, peneliti perlu membaca berbagai referensi seperti buku, jurnal, dan hasil-hasil peneliti sebelumnya yang relevan (Widoyoko, 2012, p. 134). Pada penelitian ini kepuasan diukur dengan perbandingan skor *mean* variabel *Gratification Sought* (GS) dan variabel *Gratification Obtained* (GO).

*Gratification Sought* merupakan motif dalam mengonsumsi atau kepuasan yang dicari dari media, dan *Gratification Obtained* merupakan kepuasan yang diperoleh setelah pengalaman mengonsumsi media tersebut (Palmgreen, 1984, p. 33). Maka, kategori motif penggunaan untuk kebutuhan Informasi, Identitas Pribadi, Integritas dan Interaksi Sosial, dan Hiburan digunakan sebagai dimensi untuk mengukur *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dalam penelitian ini.

Berikut uraian dimensi dan indikator *Gratification Sought* yang dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan untuk kuesioner penelitian.

**Tabel 3.1** Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought*

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner
<i>Gratification Sought</i>	Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari tahu tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.</li> <li>Mencari nasihat mengenai berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.</li> <li>Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.</li> <li>Belajar, pendidikan diri sendiri.</li> <li>Memperoleh perasaan damai melalui penambahan ilmu pengetahuan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk mengetahui permasalahan dan isu penting yang sedang hangat diperbincangkan.</li> <li>Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk mendapatkan berbagai referensi yang perlu saya ketahui agar dapat digunakan untuk menentukan suatu sikap atau pilihan (misalnya, menjadi salah satu sumber referensi dalam menentukan pilihan pada Pilpres 2019).</li> <li>Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk memenuhi rasa ingin tahu bagaimana suatu fenomena atau isu nasional didiskusikan oleh para ahli.</li> <li>Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 sebagai bagian dari proses belajar memahami suatu fenomena atau isu nasional.</li> </ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk mendapatkan perasaan damai melalui penambahan pengetahuan seputar fenomena atau isu nasional tertentu.</li> </ul>
	<p>Identitas Pribadi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menemukan penunjang untuk nilai-nilai pribadi.</li> <li>• Menemukan model perilaku.</li> <li>• Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).</li> <li>• Menambah wawasan baru mengenai diri sendiri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena apa yang digambarkan dalam tayangan tersebut sesuai dengan nilai-nilai pribadi saya.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk menemukan inspirasi bagaimana saya dapat bersikap berani dan cerdas dalam menanggapi suatu fenomena atau isu nasional.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk memperoleh identifikasi diri dengan nilai-nilai nasionalisme (bersama-sama mencapai, mempertahankan, kemakmuran, dan kekuatan bangsa) yang terdapat dalam tayangan tersebut.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa”</li> </ul>

			TRANS7 untuk membantu menambah wawasan mengenai diri melalui informasi yang disampaikan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.
	Integritas dan Interaksi Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial.</li> <li>• Mengidentifikasi diri dengan orang lain .</li> <li>• Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.</li> <li>• Memperoleh pendamping pengganti di kehidupan nyata.</li> <li>• Membantu menjalankan peran sosial.</li> <li>• Memungkinkan seseorang untuk dapat terhubung dengan keluarga, teman, dan masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7, saya berharap dapat meningkatkan empati sosial (pemahaman tentang kondisi orang lain) terhadap berbagai persoalan di masyarakat.</li> <li>• Dengan menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 saya berharap dapat memiliki kesempatan untuk mengidentifikasi diri dengan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk menambah bahan percakapan dalam interaksi sosial dengan orang di sekitar mengenai berbagai persoalan.</li> <li>• Dengan menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 saya berharap dapat merasa seakan terlibat dalam perbincangan antara pembawa acara dan</li> </ul>

			<p>bintang tamu yang hadir.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dengan menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7, saya berharap dapat membantu saya menjalankan peran sosial.</li> <li>• Dengan menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7, saya berharap dapat merasa terhubung dengan masyarakat luas.</li> </ul>
	Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melarikan diri atau terpisah dari permasalahan.</li> <li>• Bersantai</li> <li>• Memperoleh kedalaman kultural atau kenikmatan estetis</li> <li>• Mengisi waktu</li> <li>• Penyalur emosi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk melarikan diri dari permasalahan pribadi.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk bersantai.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk menikmati visual yang ditampilkan.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk mengisi waktu luang.</li> <li>• Saya menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 untuk menyalurkan emosi.</li> </ul>

Berikut uraian dimensi dan indikator *Gratification Obtained* yang dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan untuk kuesioner penelitian.

**Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained***

Variabel	Dimensi	Indikator	Pernyataan Kuesioner
<i>Gratification Obtained</i>	Informasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mencari tahu tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.</li> <li>Mencari nasihat mengenai berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.</li> <li>Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.</li> <li>Belajar, pendidikan diri sendiri.</li> <li>Memperoleh perasaan damai melalui penambahan ilmu pengetahuan.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat mengetahui permasalahan dan isu penting yang sedang hangat diperbincangkan.</li> <li>Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena mendapatkan berbagai referensi yang perlu saya ketahui agar dapat digunakan untuk menentukan suatu sikap atau pilihan (misalnya, menjadi salah satu sumber referensi dalam menentukan pilihan pada Pilpres 2019).</li> <li>Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat memenuhi rasa ingin tahu bagaimana suatu fenomena atau isu nasional didiskusikan oleh para ahli.</li> <li>Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat</li> </ul>

			<p>menjadi bagian dari proses saya belajar memahami suatu fenomena atau isu nasional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena mendapatkan perasaan damai melalui penambahan pengetahuan seputar fenomena atau isu nasional tertentu.</li> </ul>
	Identitas Pribadi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menemukan penunjang untuk nilai-nilai pribadi.</li> <li>• Menemukan model perilaku.</li> <li>• mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain (dalam media).</li> <li>• Menambah wawasan baru mengenai diri sendiri.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena apa yang digambarkan dalam tayangan tersebut sesuai dengan nilai-nilai pribadi saya.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena saya dapat menemukan inspirasi bagaimana bersikap berani dan cerdas dalam menanggapi suatu fenomena atau isu nasional.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 dapat memperoleh identifikasi diri dengan nilai-nilai nasionalisme (bersama-sama mencapai, mempertahankan, kemakmuran, dan kekuatan bangsa) yang</li> </ul>

			<p>terdapat dalam tayangan tersebut.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat membantu menambah wawasan mengenai diri melalui informasi yang disampaikan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.</li> </ul>
	Integritas dan Interaksi Sosial	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain; empati sosial</li> <li>• Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki</li> <li>• Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial</li> <li>• Memperoleh pendamping pengganti di kehidupan nyata</li> <li>• Membantu menjalankan peran sosial.</li> <li>• Memungkinkan seseorang untuk dapat terhubung dengan keluarga, teman, dan masyarakat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat meningkatkan empati sosial (pemahaman tentang kondisi orang lain) terhadap berbagai persoalan di masyarakat.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat memiliki kesempatan untuk mengidentifikasi diri dengan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 dapat menambah bahan percakapan dalam interaksi sosial dengan orang di sekitar mengenai berbagai persoalan.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat merasa seakan terlibat</li> </ul>

			<p>dalam perbincangan antara pembawa acara dan bintang tamu yang hadir.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat membantu saya menjalankan peran sosial.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat merasa terhubung dengan masyarakat luas.</li> </ul>
	Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melarikan diri atau terpisah dari permasalahan.</li> <li>• Bersantai</li> <li>• Memperoleh kedalaman kultural atau kenikmatan estetis.</li> <li>• Mengisi waktu</li> <li>• Penyalur emosi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat melarikan diri dari permasalahan pribadi.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat bersantai.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 dapat menikmati visual yang ditampilkan.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 dapat mengisi waktu luang.</li> <li>• Saya merasa puas menonton program “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat menyalurkan emosi.</li> </ul>

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan angket atau kuesioner secara *online* dan *offline* kepada responden yang telah ditentukan. Kuesioner adalah serangkaian pertanyaan tertulis yang diajukan oleh peneliti kepada para respondennya untuk mendapatkan jawaban secara tertulis pula (Hamdi & Bahrudin, 2014, p. 49). Menurut Suharsimi Arikunto dalam (Hamdi & Bahrudin, 2014, pp. 49-50) angket atau kuesioner digunakan untuk menyelidiki suatu masalah yang banyak menyangkut kepentingan umum atau orang banyak.

Menurut Jalaluddin Rakhmat, topik pertanyaan harus disusun sedemikian rupa sehingga dapat dipahami oleh responden. Urutan pertanyaan harus wajar dan mudah ditangkap maksudnya (Rakhmat, 2012, p. 89).

Kuesioner perlu dilakukan pra uji terlebih dahulu dengan memilih sejumlah responden yang representatif.

### 3.6 Teknik Pengukuran Data: Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini, responden akan menjawab pernyataan-pernyataan berdasarkan dimensi yang telah ditetapkan. Sebelum responden menjawab pernyataan penelitian, mereka harus mengisi pertanyaan mengenai profil seperti nama, usia, status kependudukan, pernah menonton program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7, serta frekuensi menontonnya dalam sebulan.

Kemudian, responden menjawab pertanyaan penelitian seputar persepsinya terhadap program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7.

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran *likert* untuk pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial yang ditetapkan secara spesifik sebagai variabel penelitian. Dengan skala tersebut, jawaban setiap butir instrument memiliki gradasi dari sangat positif hingga sangat negatif (Sugiyono, 2013, p. 133).

Pada penelitian ini menggunakan model respon skala lima. Hal tersebut dikarenakan pilihan respon skala lima mempunyai variabilitas respon yang lebih baik atau lengkap, sehingga mampu mengungkapkan perbedaan sikap responden yang lebih maksimal (Widoyoko, 2012, pp. 106-107).

Pilihan respon untuk *Gratification Sought* (GS):

1. Sangat Sesuai (SS) memiliki skor 5
2. Sesuai (S) memiliki skor 4
3. Kurang Sesuai (KS) memiliki skor 3
4. Tidak Sesuai (TS) memiliki skor 2
5. Sangat Tidak Sesuai (STS) memiliki skor 1

Pilihan respon untuk *Gratification Obtained* (GO):

1. Sangat Puas (SP) memiliki skor 5
2. Puas (P) memiliki skor 4
3. Kurang Puas (KP) memiliki skor 3

4. Tidak Puas (TP) memiliki skor 2
5. Sangat Tidak Puas (STP) memiliki skor 1

Selain itu, penelitian ini juga menggunakan skala interval. Skala interval pengukurannya dapat dibedakan, bertingkat, dan memiliki jarak yang sama dari satuan hasil pengukuran (Widoyoko, 2012, p. 11). Skala interval dalam penelitian ini digunakan untuk menanyakan usia dan frekuensi berapa kali responden menonton program *talk show* “Mata Najwa” dalam sebulan, seperti berikut:

- 1 kali
- 2 kali
- 3 kali
- 4 kali
- Lebih dari 4 kali

### 3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid bila pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2006, p. 49). Menurut Sugiyono dalam Widoyoko (2012, p. 146) validitas konstruk dapat digunakan pendapat para ahli (*expert judgement*). Penelitian ini merupakan tugas akhir kuliah untuk mendapatkan gelar sarjana strata 1 atau skripsi tenaga ahlinya adalah pembimbing.

Setelah melakukan pengujian konstruk dengan ahli, maka dilanjutkan dengan uji coba di lapangan. Hal tersebut untuk mengetahui validitas faktor maupun validitas butir instrumen. Suatu butir instrument dinyatakan valid jika memiliki sumbangan yang besar terhadap skor total. Maka untuk mengetahui validitas butir digunakan rumus korelasi *product moment* (Widoyoko, 2012, pp. 146-147).

Cara untuk mengetahui apakah butir instrument valid atau tidak adalah membandingkan *r* hitung dengan *r* tabel. Jika nilai *r* hitung lebih besar dari *r* tabel, maka butir dinyatakan valid. Namun jika lebih kecil dari *r* tabel, maka butir dinyatakan tidak valid (Purnomo, 2017, p.70). Berikut hasil uji validitas *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dengan menggunakan sampel sebanyak 40 responden yang terdiri dari 20 responden generasi X dan 20 responden generasi Y sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan menggunakan SPSS 24:

**Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel *Gratification Sought***

Butir	Pernyataan	Nilai Signifikansi <i>r</i> hitung	<i>r</i> tabel (0,05)	Keterangan
1.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk mengetahui permasalahan dan isu penting yang sedang hangat diperbincangkan.	0,514	0,312	Valid
2.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa"	0,574	0,312	Valid

	TRANS7 untuk mendapatkan berbagai referensi yang perlu saya ketahui agar dapat digunakan untuk menentukan suatu sikap atau pilihan (misalnya, menjadi salah satu sumber referensi dalam menentukan pilihan pada Pilpres 2019).			
3.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk memenuhi rasa ingin tahu bagaimana suatu fenomena atau isu nasional didiskusikan oleh para ahli.	0,470	0,312	Valid
4.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 sebagai bagian dari proses belajar memahami suatu fenomena atau isu nasional.	0,423	0,312	Valid
5.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk mendapatkan perasaan damai melalui penambahan pengetahuan seputar fenomena atau isu nasional tertentu.	0,707	0,312	Valid
6.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 karena apa yang digambarkan dalam tayangan	0,465	0,312	Valid

	tersebut sesuai dengan nilai-nilai pribadi saya.			
7.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk menemukan inspirasi bagaimana saya dapat bersikap berani dan cerdas dalam menanggapi suatu fenomena atau isu nasional.	0,443	0,312	Valid
8.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk memperoleh identifikasi diri dengan nilai-nilai nasionalisme (bersama-sama mencapai, mempertahankan, kemakmuran, dan kekuatan bangsa) yang terdapat dalam tayangan tersebut.	0,665	0,312	Valid
9.	Saya menonton program "Mata Najwa" TRANS7 untuk membantu menambah wawasan mengenai diri melalui informasi yang disampaikan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.	0,231	0,312	Tidak Valid
10.	Dengan menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7, saya berharap dapat meningkatkan empati sosial (pemahaman tentang kondisi orang lain) terhadap berbagai	0,715	0,312	Valid

	persoalan di masyarakat.			
11.	Dengan menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7, saya berharap dapat memiliki kesempatan untuk mengidentifikasi diri dengan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.	0,746	0,312	Valid
12.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk menambah bahan percakapan dalam interaksi sosial dengan orang di sekitar mengenai berbagai persoalan.	0,509	0,312	Valid
13.	Dengan menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7, saya berharap dapat merasa seakan terlibat dalam perbincangan antara pembawa acara dan bintang tamu yang hadir.	0,556	0,312	Valid
14.	Dengan menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7, saya berharap dapat membantu menjalankan peran sosial.	0,670	0,312	Valid
15.	Dengan menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7, saya berharap dapat merasa	0,321	0,312	Valid

	terhubung dengan masyarakat luas.			
16.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk melarikan diri dari permasalahan pribadi.	0,561	0,312	Valid
17.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk bersantai.	0,580	0,312	Valid
18.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk menikmati visual yang ditampilkan.	0,569	0,312	Valid
19.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk mengisi waktu luang.	0,505	0,312	Valid
20.	Saya menonton program <i>talk show</i> "Mata Najwa" TRANS7 untuk menyalurkan emosi.	0,509	0,312	Valid

Sumber: Data diolah pada 2019

Berdasarkan uji validitas butir pernyataan kuesioner untuk Motif (*Gratification Sought*), dari total 20 pernyataan, terdapat 1 pernyataan dinyatakan tidak valid, sementara 19 pernyataan lainnya dinyatakan valid. Pernyataan Motif (*Gratification Sought*) nomor 9 tersebut dinyatakan tidak valid karena nilai signifikansi *r hitung* 0,231 lebih kecil dari *r tabel* 0,312.

**Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel *Gratification Obtained***

Butir	Pernyataan	Nilai Signifikansi r hitung	r tabel	Keterangan
1.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat mengetahui permasalahan dan isu penting yang sedang hangat diperbincangkan.	0,375	0,312	Valid
2.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena mendapatkan berbagai referensi yang perlu saya ketahui agar dapat digunakan untuk menentukan suatu sikap atau pilihan (misalnya, menjadi salah satu sumber referensi dalam menentukan pilihan pada Pilpres 2019).	0,546	0,312	Valid
3.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat memenuhi rasa ingin tahu bagaimana suatu fenomena atau isu nasional didiskusikan oleh para ahli.	0,465	0,312	Valid
4.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat menjadi bagian dari proses saya belajar memahami suatu	0,615	0,312	Valid

	fenomena atau isu nasional.			
5.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena mendapatkan perasaan damai melalui penambahan pengetahuan seputar fenomena atau isu nasional tertentu.	0,550	0,312	Valid
6.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena apa yang digambarkan dalam tayangan tersebut sesuai dengan nilai-nilai pribadi saya.	0,608	0,312	Valid
7.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena saya dapat menemukan inspirasi bagaimana bersikap berani dan cerdas dalam menanggapi suatu fenomena atau isu nasional.	0,333	0,312	Valid
8.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat memperoleh identifikasi diri dengan nilai-nilai nasionalisme (bersama-sama mencapai, mempertahankan, kemakmuran, dan kekuatan bangsa) yang terdapat dalam tayangan tersebut.	0,691	0,312	Valid

9.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat membantu saya menambah wawasan mengenai diri melalui informasi yang disampaikan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.	0,562	0,312	Valid
10.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat meningkatkan empati sosial (pemahaman tentang kondisi orang lain) terhadap berbagai persoalan di masyarakat.	0,746	0,312	Valid
11.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat memiliki kesempatan untuk mengidentifikasi diri dengan pembawa acara atau bintang tamu yang hadir.	0,673	0,312	Valid
12.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat menambah bahan percakapan dalam interaksi sosial dengan orang di sekitar mengenai berbagai persoalan.	0,584	0,312	Valid
13.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat merasa seakan terlibat dalam perbincangan	0,758	0,312	Valid

	antara pembawa acara dan bintang tamu yang hadir.			
14.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat membantu saya menjalankan peran sosial.	0,693	0,312	Valid
15.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat merasa terhubung dengan masyarakat luas.	0,525	0,312	Valid
16.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat melarikan diri dari permasalahan pribadi.	0,566	0,312	Valid
17.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat bersantai.	0,445	0,312	Valid
18.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat menikmati visual yang ditampilkan.	0,544	0,312	Valid
19.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat mengisi waktu luang.	0,634	0,312	Valid
20.	Saya merasa puas menonton program <i>talk show</i> “Mata Najwa” TRANS7 karena dapat menyalurkan emosi.	0,484	0,312	Valid

Sumber: Data diolah pada 2019

Berdasarkan uji validitas butir pernyataan kuesioner untuk *Gratification Obtained*, total 20 butir pernyataan seluruhnya dinyatakan valid. Seluruh butir pernyataan *Gratification Obtained* tersebut dinyatakan valid karena nilai signifikansi *r hitung* lebih besar dari *r tabel* 0,312.

Dikarenakan butir pernyataan nomor 9 pada bagian *Gratification Obtained* tidak valid dan dihapus, maka nomor 9 di bagian *Gratification Obtained* pun dihapus karena tidak memiliki pasangan.

### 3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan sebagai alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) lebih dari 0,60. Program *Statistical Package for The Social Sciences* (SPSS) memiliki fasilitas untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan (Ghozali, 2006, pp. 45-46). Maka untuk melakukan uji reliabilitas, penelitian ini menggunakan program SPSS 24.

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 3.5 Uji Reliabilitas Variabel *Gratification Sought***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Butirs
0.869	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24

Dari hasil di atas terlihat bahwa koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6, yaitu 0,869. Sehingga dapat dinyatakan jika seluruh butir pernyataan dari motif (*gratification sought*) menonton program “Mata Najwa” TRANS7 adalah reliabel.

**Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel *Gratification Obtained***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Butirs
0.888	20

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 24

Dari hasil di atas terlihat bahwa koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6, yaitu 0,888. Sehingga dapat dinyatakan jika seluruh butir pernyataan dari *Gratification Obtained* menonton program “Mata Najwa” TRANS7 adalah reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah peneliti mendapatkan data dari responden pada generasi X dan generasi Y, maka akan dilakukan analisis frekuensi. Analisis frekuensi dilakukan untuk mengamati data responden yang akan diurutkan berdasarkan kelompok yaitu, frekuensi usia, jenis kelamin, pekerjaan, berapa kali jumlah menonton program dalam sebulan, dan media apakah yang paling sering digunakan oleh responden dalam menonton program “Mata Najwa” TRANS7.

Dalam penelitian ini akan menganalisis mengenai perbandingan terhadap ada atau tidaknya perbedaan kepuasan generasi X dan generasi Y dalam menonton program “Mata Najwa” TRANS7. Maka, teknik analisis data yang digunakan adalah perbandingan rata-rata *Gratification Sought* (GS) dan *Gratification Obtained* (GO) dari masing-masing kelompok responden, yaitu generasi X dan generasi Y. Pada model *A Simplified Discrepancy*, Wenner dalam Palmgreen & Rayburn (1985, p. 337) menjelaskan, skor (diskrepansi kepuasan) positif ( $> 0$ ) menunjukkan kepuasan (lebih besar dari nol), sementara perbedaan yang negatif akan menunjukkan ketidakpuasan (kurang puas atau hanya memperoleh).

Artinya, apabila skor GO responden lebih besar dari GS, maka terjadi kepuasan dalam menonton program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7. Namun, apabila skor GO responden lebih kecil atau hanya memperoleh dari GS, maka terjadi ketidakpuasan dalam menonton program tersebut.

Data dalam penelitian ini merupakan skala interval. Untuk menguji tingkat signifikansinya dilakukan dengan menggunakan uji beda, yaitu menggunakan rumus *t-test* (Kriyantono, 2006, p. 22). Jenis *t-test* yang digunakan adalah *paired samples t test*, *independent samples t test*, dan *summary independent samples t test*. Menurut Sarwono (2012, pp. 151-152), *paired sample t test* atau uji *t sample* berpasangan digunakan untuk membandingkan rata-rata dua variabel dalam satu kelompok. Perhitungan dilakukan dengan cara mencari perbedaan antara nilai-nilai dua variabel (untuk masing-masing kasus). Dalam penelitian ini, *paired sample t test* akan dilakukan untuk mencari diskrepansi perbedaan nilai signifikansi dan korelasi antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dalam tingkat indikator atau butir pernyataan, dimensi, dan variabel pada masing-masing generasi X dan generasi Y.

Menurut Sarwono (2012, pp. 123-124), koefisien korelasi menunjukkan kekuatan hubungan linear dan arah hubungan dua variabel acak. Untuk pengujian dalam SPSS digunakan kriteria, yaitu jika signifikansi  $< 0,05$ , maka hubungan kedua variabel signifikan, namun jika signifikansi  $> 0,05$ , maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

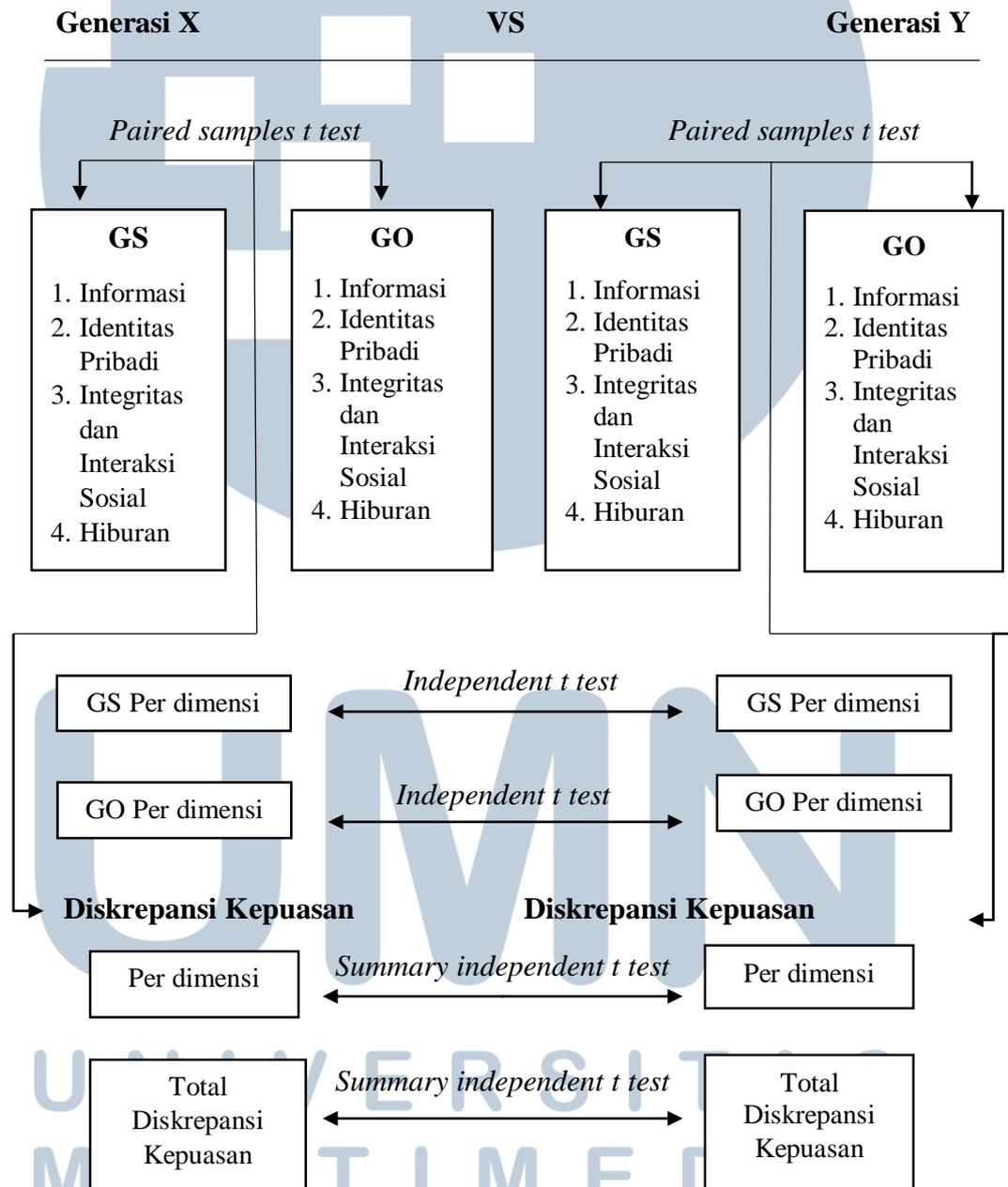
*Independent samples t test* merupakan uji terhadap signifikansi tidaknya perbedaan nilai rata-rata dari dua sampel yang berbeda (Istijanto, 2009, p. 105). Uji ini dilakukan untuk membandingkan nilai *Gratification Sought* antara generasi X dan Y. Serta membandingkan nilai *Gratification Obtained* antara kedua generasi tersebut.

Kemudian, *Summary independent samples t test* menurut Sarwono (2017, p. 30), data yang digunakan harus dalam bentuk rata-rata dari kelompok-kelompok independen yang diuji. Maka, rata-rata yang dimasukkan dalam *summary independent sample t test* merupakan *mean* Diskrepansi Kepuasan dan *std. deviation* yang diperoleh dari *paired sample test* pada masing-masing generasi X dan generasi Y untuk diuji dan dibandingkan.



Berikut adalah alur tahap penerapan uji beda *paired samples t test* dan *summary independent samples t test* pada penelitian ini:

**Bagan 3.1 Alur Analisis Data**



1. Kelompok pertama yang akan diuji beda menggunakan *paired sample t test* adalah generasi X. Peneliti membandingkan *mean Gratification Sought* dan *mean Gratification Obtained* per butir pernyataan atau indikator. *Paired sample t test* dilakukan per butir pernyataan atau indikator ini untuk mengetahui korelasi dan nilai signifikansi perbedaan kedua *mean* atau Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi X.
2. Kemudian, peneliti membandingkan *mean Gratification Sought* dan *mean Gratification Obtained* per dimensi. *Paired sample t test* dilakukan per dimensi untuk mengetahui korelasi dan nilai signifikansi perbedaan kedua *mean* atau Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi X.
3. Setelah itu, peneliti melakukan uji beda *paired samples t test* total variabel *mean Gratification Sought* dan *mean Gratification Obtained* pada generasi X. *Paired sample t test* ini dilakukan untuk mengetahui secara keseluruhan korelasi dan nilai signifikansi perbedaan atau Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi X. Sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian, apakah terdapat kepuasan pada generasi X dalam menonton program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7.
4. Kelompok kedua yang akan diuji beda menggunakan *paired sample t test* adalah generasi Y. Peneliti membandingkan *mean Gratification Sought* dan *mean Gratification Obtained* per butir pernyataan atau indikator. *Paired sample t test* dilakukan per butir pernyataan atau indikator ini untuk mengetahui korelasi dan nilai signifikansi perbedaan kedua *mean* atau Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi Y.

5. Kemudian, peneliti membandingkan *mean Gratification Sought* dan *mean Gratification Obtained* per dimensi. *Paired sample t test* dilakukan per dimensi untuk mengetahui nilai signifikansi perbedaan kedua *mean* atau Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi Y.
6. Setelah itu, peneliti melakukan uji beda *paired samples t test* total *mean Gratification Sought* dan *mean Gratification Obtained* pada generasi Y. *Paired sample t test* ini dilakukan untuk mengetahui secara keseluruhan nilai signifikansi perbedaan atau Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi Y. Sehingga dapat menjawab pertanyaan penelitian, apakah terdapat kepuasan pada generasi Y dalam menonton program *talk show* “Mata Najwa” TRANS7
7. Peneliti melakukan uji beda *independent samples t test* untuk membandingkan mengetahui nilai signifikan perbedaan *Gratification Sought* antara generasi X dan generasi Y dalam menonton program talk show “Mata Najwa” TRANS7.
8. Peneliti melakukan uji beda *independent samples t test* untuk membandingkan mengetahui nilai signifikan perbedaan *Gratification Obtained* antara generasi X dan generasi Y dalam menonton program talk show “Mata Najwa” TRANS7
9. Kemudian peneliti melakukan uji beda *summary independent t test* per dimensi pada generasi X dan generasi Y. Hasil dari *paired sample test* per dimensi pada masing-masing generasi kemudian akan dibandingkan menggunakan *summary independent test*, yang berguna untuk menjadi

informasi pelengkap untuk hasil hipotesis nantinya. Sehingga dapat mengetahui antara generasi X dan generasi Y pada dimensi apa saja terjadi atau tidaknya perbedaan Diskrepansi Kepuasan beserta nilai signifikansinya.

10. Terakhir, peneliti melakukan uji beda *summary independent t test* untuk membandingkan Diskrepansi Kepuasan yang terjadi pada generasi X dan generasi Y. Hasil secara keseluruhan perbedaan *mean GS* dan *mean GO* atau Diskrepansi Kepuasan beserta nilai signifikansinya per generasi yang dilakukan dengan *paired samples t test* kemudian dimasukkan dalam *summary independent t test*. Maka, hasil *summary independent sample t test* yang membandingkan skor keseluruhan diskrepansi kepuasan generasi X dan generasi Y akan digunakan untuk pengambilan keputusan hipotesis.

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA