



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. Menurut Aan (2013, p. 8), penelitian kuantitatif adalah suatu metode riset yang pola pikirnya dihasilkan secara deduktif (bertitik tolak berdasarkan teori), atau dengan bahasa lain, metode ini menggunakan analisis data yang sudah distatistikan (kuantifikasi). Menurut Rakhmat (2016), pendekatan kuantitatif memberi batasan yang jelas atas kedalaman atau keleluasaan tiap-tiap variabel yang diteliti. Dalam penelitian kuantitatif jelas ditunjukkan bagaimana variabel-variabel penelitian dioperasionalkan dan diukur. Artinya penelitian kuantitatif ini merupakan penelitian yang sangat mementingkan tingkat pengukuran.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif sehingga menggunakan paradigma positivisme. Objek material harus dapat diukur sehingga dapat dihasilkan data kuantitatif atau numerik yang berupa angka atau bilangan. Penulis menggunakan paradigma positivisme karena penulis ingin menegakkan objektivitas yang tinggi, yang bertujuan untuk menguji teori atau konsep sehingga mendapatkan kesimpulan yang lebih mendalam dari sampel yang ditetapkan. Kemudian, penulis berorientasi pada hasil, yang artinya kegiatan pengumpulan data lebih dipercayakan pada instrumen (termasuk pengumpulan data lapangan) Neuman (dalam Goso, 2017, p. 7-17).

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Kriyantono (2006, p. 24), penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara

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

sistematis, faktual, akurat mengenai fakta-fakta dan sifat suatu objek atau populasi tertentu. Menurut Yusuf, penelitian deskriptif merupakan sebuah usaha yang sistematis untuk memberikan jawaban terhadap suatu masalah dan atau mendapatkan informasi lebih mendalam dan luas mengenai suatu fenomena (2014, p. 62). Dalam penelitian ini penulis ingin mendeskripsikan fenomena yang ada dan hanya menguji satu variabel, yaitu tingkat kepuasan khalayak yang dihasilkan oleh media *online* ibu dan anak berdasarkan *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode survei yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner secara (daring) *online* melalui *Google Form*. Penggunaan *Google Form* menurut Neuman, dianggap cepat dan murah untuk menjangkau pertanyaan dan responden yang banyak, dalam waktu yang singkat (2014, p. 214). Menurut Babbie, metode survei dapat digunakan dalam beberapa sifat penelitian, seperti deskriptif, eksplanatif, dan juga eksploratif. Metode survei dikatakan sebagai metode terbaik untuk mengumpulkan data asli untuk menggambarkan populasi yang besar agar dapat diamati secara langsung (observasi). Serta dapat digunakan untuk mengukur sikap atau orientasi yang besar (Babbie, 2008, p. 270).

Metode survei umumnya dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam. Meskipun metode survei tidak memerlukan kelompok kontrol seperti yang ada pada metode lain. Namun, proses proses penalarannya dilakukan bisa lebih akurat dan terpercaya apabila sampel yang digunakan sesuai dengan yang diteliti. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara pengamatan melalui wawancara atau kuesioner, yang dibagikan kepada responden yang sesuai dengan hasil penelitian (Sugiyono, 2014, p. 35).

Menurut Neuman, pertanyaan survei merupakan pengukuran dari variabel dan semua responden menjawab pertanyaan yang sama, jawaban

yang didapat dapat digunakan untuk menguji hipotesis dan menduga jawaban sementara berdasarkan pertanyaan tentang aspek dalam kehidupan sosial, seperti tingkah laku, sikap/ kepercayaan/ opini, karakteristik, ekspresi, klasifikasi diri, dan pengetahuan. Survei dapat dilakukan dengan menggunakan statistik untuk menguji pengaruh tersebut. Penelitian survei sering disebut dengan *correlational* karena penelitian survei memiliki kontrol variabel terhadap kontrol eksperimen (2014, p. 192-193).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian akan ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2007, p. 55).

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian pada ibu yang mengakses media *online Popmama.com* yang berada di wilayah urban, yaitu Jakarta Tangerang dan Bekasi (JATABEK) . Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII, terdapat 72,41% penduduk wilayah urban yang menggunakan internet (APJII, 2018, p. 3). Wilayah urban merupakan wilayah administratif yang sebagian besar *Gross Domestic Product* (GDP)-nya berasal dari sektor non-pertanian (APJII, 2018, p. 3-8). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sebagian besar GDP Jakarta, Tangerang, dan Bekasi berasal dari sektor non-pertanian. Berdasarkan data tersebut, penulis menyimpulkan bahwa ketiga wilayah tersebut termasuk dalam kategori wilayah urban.

Populasi pada penelitian ini yaitu ibu-ibu penduduk Jakarta, Tangerang, dan Bekasi (JATABEK) yang mengakses media *online Popmama.com*, dengan kriteria usia 18-34 tahun. Berdasarkan survei APJII mengenai pengguna internet di Indonesia, ada sebesar

49,52% pengguna internet di Indonesia berusia 19-34 tahun (APJII, 2018, p. 11).

Kemudian, berdasarkan survei tahun 2019 yang dilakukan oleh *Popmama.com* terhadap lima juta pembaca per bulannya, terdapat sebesar 23,15% atau dengan jumlah 1.157.500 yang mengakses *Popmama.com* berada pada usia 18-24 tahun dan 54,06% atau dengan jumlah 2.703.000 berada pada usia 25-34 tahun yang mengakses media online *Popmama.com*. Berdasarkan hal tersebut, penulis memutuskan untuk meneliti jumlah populasi dengan persentase terbesar yaitu pada usia 18-34 tahun. Ibu yang menjadi populasi pada penelitian ini berjumlah 3.860.500 jiwa, berdasarkan hasil penjumlahan pembaca *Popmama.com* yang berusia 18-34 tahun.

3.3.2 Sampel

Menurut Bungin, sampel adalah teknik dalam penarikan atau pengambilan sampel penelitian, mulai dari merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang representatif, dengan mengenali keragaman dan ciri-ciri khusus populasi. Dalam memilih sampel terdapat dua rancangan yang berupa *probability* dan *non-probability sampling* yang dapat mencerminkan keadaan dari populasinya (2013, p. 108).

Apabila jumlah sampel dan wilayah yang akan diteliti terlalu luas, dibutuhkan rumus yang sesuai. Untuk menentukan banyaknya jumlah sampel yang akan digunakan, penulis menggunakan rumus Slovin. Menentukan ukuran sampel dapat menggunakan cara Slovin (Sujarweni, 2015, p. 82). Rumus Slovin dapat dilihat sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Dengan

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi kesalahan

Penulis menggunakan toleransi kesalahan sebesar 5%. Maka, dengan batas toleransi tersebut, jumlah sampel dari penelitian ini adalah sebagai berikut

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+N(e)^2} \\ &= \frac{3.860.500}{1+(3.860.500)(0.05)^2} \\ &= \frac{3.860.500}{1+9651,25} \\ &= \frac{3.860.500}{9652,25} \\ &= 399,958 \approx 400\end{aligned}$$

Jadi, pada penelitian ini penulis membutuhkan sebanyak 400 orang Ibu usia 18-34 tahun penduduk Jakarta, Tangerang, dan Bekasi (JATABEK) sebagai sampel.

Sampling yang digunakan oleh penulis adalah *non probability sampling* yaitu teknik yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Tipe yang digunakan oleh penulis adalah *purposive sampling* untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri dan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2018, p. 138). Menurut Eriyanto, untuk penelitian yang berhubungan dengan media, dasar umum yang dipakai adalah jumlah khalayak. Alasannya, semakin banyak media diakses, semakin besar pengaruhnya kepada publik. Hal tersebut yang menjadi landasan ilmiah bagi peneliti. Peneliti perlu melengkapi dengan data yang menunjukkan jumlah pembaca yang akan dijadikan sampel (Eriyanto, 2015, p. 149). Sampel dalam penelitian ini yaitu ibu usia 18-34 tahun di Jakarta, Tangerang, dan Bekasi (JATABEK).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini penulis hanya meneliti satu variabel, yaitu tingkat kepuasan khalayak sebelum dan setelah membaca artikel di media *online* ibu dan anak *Popmama.com*. Penelitian ini memaparkan tingkat kepuasan yang didapatkan oleh khalayak berdasarkan *gratification sought* (GS) dan *gratification obtained* (GO). Menurut Palmgreen, et. al., (1980, p. 172), dimensi kepuasan yang dicari (GS) dan dimensi kepuasan yang diperoleh (GO) terbagi menjadi lima, sebagai berikut.

1. Mencari Informasi Umum (*General Information Seeking*)

- a. Saya membaca artikel di media *online* ibu dan anak *Popmama.com* agar tetap *up to date* dengan isu *parenting* terkini
- b. Saya membaca artikel di media *online* ibu dan anak *Popmama.com* karena saya ingin dapat mengetahui berita dan informasi mengenai isu ibu dan anak
- c. Saya membaca artikel di media *online* ibu dan anak *Popmama.com* karena saya dapat mempercayai informasi yang mereka berikan seputar pola pengasuhan anak
- d. Saya membaca artikel di *Popmama.com* untuk mencari jawaban dari para ahli mengenai isu *parenting*
- e. Saya membaca artikel di *Popmama.com* agar dapat memahami berita yang rumit mengenai masalah *parenting*

2. Kegunaan Keputusan (*Decisional Utility*)

- f. Saya membaca artikel di *Popmama.com* untuk membantu saya dalam memahami isu penting mengenai *parenting* terkini
- g. Saya membaca artikel di *Popmama.com* untuk mengetahui isu seputar *parenting* yang dapat memberikan dampak pada orang yang tidak mengerti isu *parenting*

3. Hiburan (*Entertainment*)

- h. Saya membaca artikel di *Popmama.com* karena dapat mengisi waktu luang di saat menunggu anak yang sedang istirahat

i. Saya membaca artikel di *Popmama.com* karena dapat memberikan hiburan di saat sedang jenuh mengurus anak

4. Kegunaan Pribadi (*Interpersonal Utility*)

j. Saya membaca artikel di *Popmama.com* agar dapat berbagi informasi dengan orang lain seputar dunia *parenting*

k. Saya membaca artikel di *Popmama.com* agar menemukan hal yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain

5. Interaksi Sosial (*Parasocial Interaction*)

l. Saya membaca artikel di *Popmama.com* agar dapat menemukan bahan perbincangan dengan ibu lain

m. Saya membaca artikel di *Popmama.com* agar menemukan komunitas baru, yang berkaitan dengan ibu dan anak

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Motif Mencari Informasi
(*Gratification Sought*)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan/Pernyataan
Motif Mencari Informasi di Media Online Ibu dan Anak <i>Popmama.com</i>	Motif Mencari Informasi Umum	Pembaca dikatakan memiliki motif informasi apabila keinginan mereka untuk membaca artikel di media online ibu dan anak <i>Popmama.com</i> : a. Dapat tetap <i>up to date</i> mengenai isu <i>parenting</i> terkini b. Dapat mempercayai informasi seputar <i>parenting</i> c. Dapat mencari jawaban dari para ahli	1. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i> , saya ingin dapat tetap <i>up to date</i> dengan isu <i>parenting</i> terkini 2. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i> , saya ingin dapat mengetahui berita dan informasi

		<p>d. Dapat memahami berita yang rumit mengenai <i>parenting</i></p>	<p>mengenai isu ibu dan anak</p> <p>3. Dengan membaca artikel di Popomama.com, saya ingin dapat mempercayai informasi yang diberikan mengenai pola asuh anak</p> <p>4. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin mencari pendapat para ahli mengenai isu ibu dan anak</p> <p>5. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin memahami berita yang rumit mengenai masalah <i>parenting</i></p>
	<p>Motif Kegunaan Keputusan</p>	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif Kegunaan Keputusan apabila keinginan mereka untuk membaca artikel di</p>	<p>6. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin dapat memahami isu-isu</p>

		<p>media <i>online</i> ibu dan anak</p> <p><i>Popmama.com</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dapat memahami isu penting mengenai <i>parenting</i> Dapat mengetahui isu <i>parenting</i> yang dapat memberikan dampak pada orang lain 	<p>penting mengenai <i>parenting</i></p> <p>7. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin dapat mengetahui isu <i>parenting</i> yang dapat memberikan dampak pada orang lain</p>
	Motif Hiburan	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif Hiburan apabila keinginan mereka untuk membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak</p> <p><i>Popmama.com</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dapat mengisi waktu luang Dapat menghilangkan rasa bosan 	<p>8. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin dapat mengisi waktu luang disaat menunggu anak yang sedang beristirahat</p> <p>9. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin mencari hiburan disaat sedang jenuh mengasuh anak</p>
	Motif Kegunaan Pribadi	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif Kegunaan Pribadi apabila keinginan mereka</p>	<p>10. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>,</p>

		<p>untuk membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Dapat berbagi informasi <i>parenting</i> dengan orang lain b. Dapat menemukan hal yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain 	<p>saya ingin dapat berbagi informasi mengenai <i>parenting</i> dengan ibu lain</p> <p>11. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin dapat menemukan hal yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain</p>
	<p>Motif Interaksi Sosial</p>	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif Interaksi Sosial apabila keinginan mereka untuk membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i>:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Dapat menemukan bahan perbincangan dengan ibu lain b. Dapat menemukan komunitas baru dengan ibu lain 	<p>12. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin dapat menemukan bahan perbincangan seputar <i>parenting</i> dengan ibu lain</p> <p>13. Dengan membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya ingin dapat menemukan komunitas baru yang berkaitan dengan ibu dan anak</p>

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Khalayak *Popmama.com*
(*Gratification Obtained*)

Variabel	Dimensi	Indikator	Pertanyaan/ Pernyataan
Kepuasan Khalayak Setelah Membaca Artikel di Media <i>online</i> Ibu dan Anak <i>Popmama.com</i>	Kepuasan Informasi Umum	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan informasi apabila setelah membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i> mereka:</p> <ol style="list-style-type: none"> Dapat tetap <i>up to date</i> mengenai isu <i>parenting</i> terkini Dapat mempercayai informasi seputar <i>parenting</i> Dapat mencari jawaban dari para ahli Dapat memahami berita yang rumit mengenai <i>parenting</i> 	<p>14. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i> saya menjadi <i>up to date</i> mengenai isu <i>parenting</i> terkini</p> <p>15. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat mengetahui berita dan informasi mengenai isu ibu dan anak</p> <p>16. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat mempercayai informasi yang diberikan seputar pola asuh anak</p>

			<p>17. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya menjadi tahu pendapat para ahli mengenai isu <i>parenting</i></p> <p>18. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat memahami berita yang rumit mengenai <i>parenting</i></p>
<p>Kepuasan Kegunaan Keputusan</p>	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan Kegunaan Keputusan apabila setelah membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i> mereka:</p> <p>a. Dapat memahami isu penting mengenai <i>parenting</i></p> <p>b. Dapat mengetahui isu <i>parenting</i> yang dapat memberikan dampak pada orang lain</p>		<p>19. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya menjadi tahu isu-isu penting mengenai <i>parenting</i></p> <p>20. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya menjadi tahu isu mengenai <i>parenting</i> yang dapat memberikan dampak kepada orang lain</p>

	Kepuasan Hiburan	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan Hiburan apabila setelah membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i> mereka:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Dapat mengisi waktu luang b. Dapat menghilangkan rasa bosan 	<p>21. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat mengisi waktu luang ketika menunggu anak yang sedang beristirahat</p> <p>22. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat menghilangkan rasa bosan di tengah-tengah pekerjaan mengurus anak</p>
	Kepuasan Kegunaan Pribadi	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan Kegunaan Pribadi apabila setelah membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i> mereka:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Dapat berbagi informasi <i>parenting</i> dengan orang lain b. Dapat menemukan hal yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain 	<p>23. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat berbagi informasi mengenai <i>parenting</i> dengan orang lain</p> <p>24. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i>, saya dapat menemukan hal yang menarik</p>

			untuk diperbincangkan dengan orang lain
	Kepuasan Interaksi Sosial	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan Interaksi Sosial apabila setelah membaca artikel di media <i>online</i> ibu dan anak <i>Popmama.com</i> mereka: a. Dapat menemukan bahan perbincangan dengan ibu lain b. Dapat menemukan komunitas baru dengan ibu lain	25. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i> , saya dapat menemukan bahan perbincangan dengan ibu lain seputar <i>parenting</i> 26. Setelah membaca artikel di <i>Popmama.com</i> , saya dapat menemukan komunitas baru dengan ibu lain, yang berhubungan dengan ibu dan anak

Sumber: Olahan Penulis, 2019

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan cara survei. Kemudian, menyebarkan kuesioner kepada khalayak secara langsung dan juga secara *online*. Kuesioner *online* disebarkan melalui *Google Form*. Penggunaan *Google Form* dianggap cepat dan murah, juga dapat menjangkau pertanyaan dan responden yang banyak dalam waktu yang singkat (Neuman, 2014, p. 214). *Google Form* digunakan dengan tujuan agar dapat memperluas jangkauan, hal tersebut dapat menghemat waktu dan juga biaya. Menurut

Kriyantono, metode survei adalah metode riset yang menggunakan kuesioner sebagai alat untuk pengumpulan data (Kriyantono, 2006, p. 58).

Kuesioner yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner jenis *self-Administered Questionnaire*, yaitu salah satu bentuk kuesioner yang diisi secara mandiri oleh responden. Kuesioner jenis tersebut memiliki beberapa kelebihan, yang pertama memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden lain yang terpisah secara jarak atau geografis. Kemudian, lebih cepat diselesaikan karena dapat disebar dengan waktu yang bersamaan. Selanjutnya yang ketiga, menghindari bias bagi peneliti. Keempat, penulis tidak menanyakan pertanyaan dengan cara yang berbeda kepada responden sehingga hal tersebut dapat memudahkan penulis. Kelima, dapat memudahkan responden karena mereka dapat kapan saja menyelesaikan kuesioner tersebut (Bryman, 2012, p. 233-234).

Penulis menggunakan kuesioner untuk mendapatkan informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden. Dalam penelitian ini penulis menggunakan pertanyaan tertutup, di mana responden telah diberikan alternatif jawaban oleh periset. Responden hanya memilih jawaban yang dianggap sesuai dengan realitas yang dialaminya (Kriyantono, 2009, p. 95-96). Kuesioner dengan pertanyaan tertutup juga dianggap lebih mudah dan juga cepat bagi peneliti maupun respondennya. Dalam hal ini, peneliti harus dapat membuat pertimbangan dan juga memutuskan untuk menggunakan pilihan seperti apa yang baik untuk digunakan, dan pengukuran jenis apa yang sebaiknya digunakan (Bryman, 2012, p. 203-204). Menurut Singarimbun dan Kerlinger, pertanyaan tertutup adalah pertanyaan yang sudah disertai dengan jawabannya, sehingga responden tidak mungkin memberikan jawaban yang lain (dikutip dalam Bajari, 2015, p. 104).

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap responden. Menurut Widoyoko, jawaban setiap butir instrumen yang menggunakan skala Likert, mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan sangat negatif. Penentuan lokasi itu dilakukan dengan menguantifikasi jawaban seseorang terhadap butir pernyataan/ pertanyaan yang disediakan. Penggunaan skala Likert mempunyai tiga alternatif model, yaitu model tiga pilihan (skala tiga), empat pilihan (skala empat), dan lima pilihan (skala lima). Skala disusun dalam bentuk suatu pernyataan dan diikuti oleh pilihan jawaban yang menunjukkan tingkatan (Widoyoko, 2012, p. 105-106).

Pada variabel tingkat kepuasan, penulis menggunakan empat pilihan atau skala empat dalam menentukan pilihan jawaban. Pilihan jawaban skala empat mempunyai variabilitas respons lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan skala tiga sehingga mampu mengungkap lebih maksimal perbedaan sikap responden. Selain itu, juga tidak ada peluang bagi responden untuk bersikap netral sehingga memaksa responden untuk menentukan sikap terhadap fenomena sosial yang ditanyakan atau dinyatakan dalam instrumen (Widoyoko, 2012, p. 105-106). Respons skala empat dapat dilihat sebagai berikut.

- Sangat Setuju (SS) : 4
- Setuju (S) : 3
- Tidak Setuju (TS) : 2
- Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.6 Teknik Pengukuran Data

Hasil penelitian yang valid dapat dikatakan bila terdapat persamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Dengan menggunakan instrumen yang valid dan reliabel dalam pengumpulan data, diharapkan hasil penelitian akan valid dan

reliabel (Sugiyono, 2007, p. 267). Penulis harus mampu menyusun instrumen pada setiap penelitian dan menguji validitas dan reliabilitasnya, sebelum disebar kepada responden sehingga uji validitas dan uji reliabilitas diperlukan agar penulis mendapatkan hasil penelitian yang akurat.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk melihat bagaimana definisi dari tiap-tiap operasional variabel saling berhubungan atau bertautan (Neuman, 2014, p.144). Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data itu valid. Valid menandakan instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2016, p. 121).

Penulis menggunakan validitas internal dengan melakukan uji coba instrumen penelitian kepada sampel uji coba 30 orang responden, butir instrumen dikatakan valid apabila memiliki sumbangan yang besar terhadap skor total (Widoyoko, 2012, p. 146-147). Dalam menghitung validitas pertanyaan, dilakukan dengan mengorelasikan skor atau nilai tiap butir pertanyaan terhadap skor total. Analisis butir dilakukan dengan menghitung skor butir variabel dengan rumus korelasi Pearson. Jika nilainya $> 0,3$ butir tersebut dianggap valid (Abidin, 2015, p. 307). Validitas butir dihitung menggunakan rumus korelasi *Product Moment* (Widoyoko, 2012, p. 146-147). Penulis melakukan uji validitas dengan menggunakan alat bantu dari perangkat lunak SPSS.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas *Gratification Sought* (GS)

Item	Pearson Correlation
X.1	0.554
X.2	0.645
X.3	0.760
X.4	0.563
X.5	0.722
X.6	0.581
X.7	0.634
X.8	0.564
X.9	0.150
X.10	0.664
X.11	0.507
X.12	0.364
X.13	0.532

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Berdasarkan uji korelasi Pearson *Gratification Sought* (GS)

di atas, terdapat butir pertanyaan yang tidak valid. Butir pertanyaan X.9 dikatakan tidak valid, karena nilainya < 0.3 sehingga butir pertanyaan tersebut harus dihilangkan dari analisis untuk meningkatkan reliabilitas instrumen.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas *Gratification Obtained* (GO)

Item	Pearson Correlation
X.14	0.212
X.15	0.233
X.16	0.717
X.17	0.744
X.18	0.595
X.19	0.603
X.20	0.500
X.21	0.556
X.22	0.488
X.23	0.722
X.24	0.703
X.25	0.600
X.26	0.447

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Berdasarkan uji korelasi Pearson *Gratification Obtained* (GO) di atas, terdapat butir pertanyaan yang tidak valid. Butir

pertanyaan X.14 dan X.15 dikatakan tidak valid, karena nilainya < 0.3 sehingga butir pertanyaan tersebut harus dihilangkan dari analisis untuk meningkatkan reliabilitas instrumen.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan setelah melakukan uji validitas. Instrumen yang reliabel adalah instrumen yang dapat digunakan berkali-kali untuk mengukur objek yang sama, maka akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2016, p. 121). Penulis melakukan uji reliabilitas dengan *internal contingency* yang hanya dilakukan satu kali untuk menguji instrumen pada sejumlah sampel (Sugiyono, 2009, p. 359-365). Metode yang digunakan dalam uji reliabilitas ini adalah metode *Alpha Cronbach* karena datanya berjenis interval. Jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,6 maka variabel yang bersangkutan dapat dikatakan reliabel (Priyantono, 2008, p. 26 dikutip dalam Rahmadhaningtyas, 2008, p. 35).

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas *Gratification Sought* (GS)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.818	13

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Tabel di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas dari *Gratification Sought* (GS) yang mencapai nilai 0,818. Artinya, instrumen tersebut dikatakan reliabel karena nilainya lebih dari 0,6.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas Gratification Obtained (GO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.798	13

Sumber: Olah data SPSS, 2019

Tabel di atas menunjukkan hasil uji reliabilitas dari *Gratification Obtained* (GO) yang mencapai nilai 0,798. Artinya, instrumen tersebut dikatakan reliabel karena nilainya lebih dari 0,6.

3.7 Teknik Analisis Data

Sifat dari penelitian yang dibuat oleh penulis adalah deskriptif yang fungsinya untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi (Sugiyono, 2007, p. 21). Analisis data deskriptif ini terdiri dari distribusi frekuensi dan tendensi pusat. Menurut Bryman, distribusi frekuensi digunakan untuk memaparkan jumlah orang dan juga persentase yang dimiliki setiap kategori variabel (Bryman, 2012, p. 337). Distribusi frekuensi dengan data interval atau rasio, dapat disajikan dalam bentuk Diagram (Neuman, 2014, p. 285).

Selanjutnya tendensi pusat, yang digunakan untuk meringkas nilai yang jumlahnya ratusan atau ribuan dari suatu variabel sehingga didapatkan nilai "rata-rata". Dalam statistik, tendensi pusat dikategorikan menjadi tiga yaitu, Mean, Median, dan Modus. Ketiganya memiliki tingkat pengukuran yang lebih spesifik (Neuman, 2014, p. 285).

Modus, Median, dan Mean merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menjelaskan kelompok, yang didasarkan atas gejala pusat (*tendency central*) dari kelompok tersebut. Namun, dari ketiga macam teknik tersebut, ukuran gejala pusatnya berbeda-beda (Sugiyono, 2007, p. 40). Modus

adalah nilai yang paling banyak muncul pada distribusi data. Kemudian, Median, adalah nilai tengah dari dari distribusi nilai, Median dicari dengan mengurutkan nilai dari yang terbesar hingga nilai yang terkecil, setelah itu dicari nilai tengahnya. Terakhir, Mean adalah hasil dari total seluruh nilai yang dibagi dengan jumlah data (Bryman, 2012, p. 338-339). Modus, Median, dan Mean dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (Sugiyono, 2007, p. 45-47).

$$Mo = b + p\left(\frac{b_1}{b_1 + b_2}\right)$$

Keterangan:

Mo = Modus

b = Batas klas interval dengan frekuensi terbanyak

p = Panjang klas interval dengan frekuensi terbanyak

b₁ = Frekuensi pada klas modus (frekuensi pada klas interval yang terbanyak) dikurangi frekuensi klas interval terdekat sebelumnya

b₂ = Frekuensi klas modus dikurangi frekuensi klas interval berikutnya

$$Md = b + p\left(\frac{\frac{1}{2}n - F}{f}\right)$$

Keterangan:

Md = Median

b = Batas bawah, di mana median akan terletak

n = Banyak data / jumlah sampel

F = Jumlah semua frekuensi sebelum klas median

f = Frekuensi klas median

$$Me = \frac{\sum f_i X_i}{f_i}$$

Keterangan:

Me = Mean

f_i = Jumlah data / sampel

$f_i X_i$ = Produk perkalian antara f_i pada tiap interval data dengan tanda klas (X_i). Tanda klas X_i adalah rata-rata dari batas bawah dan batas pada setiap interval data.

Selanjutnya, untuk mengetahui kepuasan khalayak dalam membaca artikel di *Popmama.com*, penulis mencari tahu berdasarkan hasil dari *discrepancy gratification* atau kesenjangan kepuasan, dengan model *a simplified discrepancy model* (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 336-337), sebagai berikut:

$$\text{Media Satisfaction} = \sum (GO - GS)$$

Model tersebut dikembangkan oleh Wenner (1982). Wenner mengatakan harus ada pembeda antara hasil nilai kesenjangan dengan hasil yang positif ($GO > GS$) dan negatif ($GS < GO$). Menurut Wenner, hasil positif (>0) tersebut menunjukkan kepuasan pada pengguna media dan hasil negatif menunjukkan ketidakpuasan pengguna media, atau kebutuhan yang sekadar terpenuhi (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 336-337).

Jika semakin besar terdapat nilai kesenjangan antara GS dan GO, dapat disimpulkan bahwa media tersebut semakin tidak memuaskan khalayaknya. Hal tersebut berlaku sebaliknya, jika kesenjangan nilai GS dan GO semakin kecil, maka media tersebut semakin dapat memuaskan khalayaknya (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 337).

Selanjutnya mengukur dispersi, yaitu variabilitas di sekitar pusat. Mengukur dispersi secara sederhana dapat dilakukan dengan menghitung

rentang data, yaitu jarak antara nilai tertinggi dengan nilai terendah (Babbie, 2008, p. 453). Cara lain untuk mengukur dispersi yang lebih rumit yaitu dengan standar deviasi. Nilai standar deviasi dihitung dengan rumus berikut (Neuman, 2014, p. 228-289):

$$S = \sqrt{\frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{N}}$$

Keterangan:

S = Standar deviasi

X = Skor data

\bar{X} = Mean

N = Jumlah data

Σ = Jumlah

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA