

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan metode yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan (Kriyantono, 2009, p. 55). Metode ini tidak terlalu menekankan pada kedalaman data atau analisis, tetapi lebih mementingkan aspek keluasan data, sehingga data atau hasil riset dapat dianggap sebagai representasi dari seluruh populasi yang ada.

Sifat penelitian yang digunakan adalah deskriptif. Menurut Kriyantono (2009) penelitian deskriptif merupakan sifat penelitian yang mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2009, p. 67). Begitu pula, penelitian kuantitatif deskriptif menurut Bungin, yang bertujuan hanya untuk menggambarkan keadaan gejala sosial apa adanya, tanpa melihat hubungan-hubungan yang ada (Bungin, 2009, p. 171).

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei. Menurut Kriyantono (2009), metode survei adalah metode riset yang

menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya (Kriyantono, 2009, p. 59). Dalam survei, proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner, sebagai instrumen utama dalam mendapatkan informasi dari populasi secara spesifik.

Secara umum, metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu deskriptif dan ekplanatif. Dalam hal ini peneliti menggunakan metode survei deskriptif, karena peneliti ingin menggambarkan atau mendeskripsikan populasi yang sedang diteliti. Namun, tidak menutup kemungkinan, penulis juga akan menggunakan wawancara di samping kuesioner, maksudnya adalah bukan wawancara mendalam, hanya saja untuk memperdalam analisis dan interpretasi data yang penulis dapatkan dari jawaban responden.

Dalam penelitian, penulis ingin melihat tingkat kepuasan yang diperoleh oleh khalayak sebagai penonton melalui saluran *Youtube* CNN Indonesia yang menggunakan teknologi *Augmented Reality* sebagai pendukung dalam menyampaikan isi pesan berita. Alat ukur yang peneliti gunakan adalah berdasarkan kebutuhan atau kepuasan yang dicari khalayak kepada media berdasarkan empat dimensi menurut McQuail yakni, informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, dan hiburan. Oleh karena itu, penelitian ini termasuk dalam metode survei deskriptif, yakni untuk menggambarkan atau mendeskripsikan sebuah populasi yang sedang diteliti (Kriyantono, 2009, p. 59). Metode ini penulis gunakan karena sesuai dengan penelitian yang ingin menggambarkan tingkat kepuasan suatu populasi dan terdiri dari satu variabel.

### 3.3 Populasi dan Sampel

Dalam sebuah penelitian diperlukan populasi dan sampel. Populasi merupakan bagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang sedang diteliti. Menurut Sugiyono (2017), populasi dianggap sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017, p. 80).

Sedangkan, sampel adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila didapatkan populasi dalam jumlah besar, peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi yang didapat (Sugiyono, 2017, p. 81).

Populasi dalam penelitian ini merupakan khalayak yang berusia 20 tahun hingga 39 tahun dan sudah menonton video program khusus CNN Indonesia yang menggunakan teknologi AR melalui *platform Youtube* CNN di DKI Jakarta. Populasi tersebut peneliti pilih karena sejumlah alasan. Pertama, menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia atau APJII, diketahui penetrasi pengguna internet berdasarkan usia ada sebanyak 88,5% untuk usia 20-24 tahun, 82,7% untuk usia 25-29 tahun, 76,5% untuk usia 30-34, dan 68,5% untuk usia 35-39 tahun. Oleh sebab itu, penulis memilih responden yang berusia 20 tahun hingga 39 tahun (APJII, 2019, p. 20).

Kedua, diketahui data APJII (APJII, 2019, p. 6), mengenai jumlah pengguna internet sebanyak 64,8% atau setara dengan 171,17 juta jiwa, dari total populasi penduduk Indonesia sebesar 264,16 juta jiwa. Sedangkan, berdasarkan pembagian wilayah, pengguna internet terbesar didominasi oleh masyarakat yang berada di pulau Jawa, sebanyak 55,7% dari total populasi penduduk Indonesia. Pulau Jawa memiliki enam provinsi di antaranya DKI Jakarta, D.I. Yogyakarta, Jawa Tengah, Banten, Jawa Timur, dan Jawa Barat. Penetrasi berdasarkan jumlah penduduk di Provinsi DKI Jakarta memiliki persentase penduduk terbesar yang menggunakan internet yakni sebesar 80,4% dari total penduduknya (APJII, 2019, p. 14). Hal ini diikuti dengan indeks pembangunan teknologi informasi dan komunikasi tertinggi di Indonesia, DKI Jakarta sebesar 7,61 (Reily, 2018, para. 6).

Selain itu, alasan peneliti memilih saluran *Youtube* CNN Indonesia sebagai objek dalam penelitian, karena menurut data *We Are Social* dan *Hootsuite* (2019), menunjukkan sebanyak 150 juta dari populasi masyarakat Indonesia menggunakan media sosial secara aktif. Dari data tersebut, *platform* media sosial yang paling aktif digunakan saat ini yaitu, *Youtube* sebesar 88%, *Whatsapp* sebesar 83%, *Facebook* sebesar 81%, dan *Instagram* sebesar 80% (Riyanto, 2019, para. 4-6).

Berdasarkan kriteria tersebut, peneliti melihat bahwasanya jumlah populasi khalayak yang berusia 20 tahun hingga 39 tahun sebagai penonton CNN Indonesia melalui *platform Youtube* di DKI Jakarta, kian berubah-ubah seiring perkembangan zaman, sehingga hal ini justru membuat peneliti merasa sulit dalam menentukan populasi dan sampel secara tepat. Populasi berdasarkan

sumber data, terbagi menjadi dua yakni populasi terbatas dan populasi tak terhingga (Harinaldi, 2005, p. 114). Dalam hal ini, khalayak sebagai penonton aktif CNN Indonesia melalui *platform Youtube* di DKI Jakarta, termasuk ke dalam jenis populasi tak terhingga karena memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas-batasnya dalam bentuk jumlah.

Demikian penelitian ini, diperlukan rumus dalam menentukan jumlah sampel yang sesuai dan representasi. Rumus yang peneliti gunakan adalah rumus *Isaac* dan *Michael*. Rumus tersebut digunakan untuk memperkecil wilayah atau jumlah populasi yang ada. Menerapkan rumus *Isaac* dan *Michael* dapat membantu peneliti menentukan jumlah sampel dengan lebih mudah, karena rumus tersebut dilengkapi dengan tabel penentuan jumlah sampel dengan data populasi hingga 1 juta orang (Wahyudi, 2017, pp. 18-19). Rumus *Isaac* dan *Michael* tersebut adalah sebagai berikut:

$$s = \frac{\lambda^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{d^2 (N - 1) + \lambda^2 \cdot P \cdot Q}$$

Keterangan:

s= jumlah sampel;

N= ukuran populasi;

P= Q= 0,5

d= 0,05

$\lambda^2$  = Chi Kuadrat, dengan dk=1, taraf kesalahan 5%

Tabel 3. 1 Penentuan Jumlah Sampel dari Populasi Tertentu dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, dan 10%

N	S			N	S			N	S		
	1%	5%	10%		1%	5%	10%		1%	5%	10%
10	10	10	10	280	197	115	138	2800	537	310	247
15	15	14	14	290	202	158	140	3000	543	312	248
20	19	19	19	300	207	161	143	3500	558	317	251
25	24	23	23	320	216	167	147	4000	569	320	254
30	29	28	27	340	225	172	151	4500	578	323	255
35	33	32	31	360	234	177	155	5000	586	326	257
40	38	36	35	380	242	182	158	6000	598	329	259
45	42	40	39	400	250	186	162	7000	606	332	261
50	47	44	42	420	257	191	165	8000	613	334	263
55	51	48	46	440	265	195	168	9000	618	335	263
60	55	51	49	460	272	198	171	10000	622	336	263
65	59	55	53	480	279	202	173	15000	635	340	266
70	63	58	56	500	285	205	176	20000	642	342	267
80	71	65	62	600	315	221	187	40000	663	345	269
85	75	68	65	650	329	227	191	50000	655	346	269
90	79	72	68	700	341	233	195	75000	658	346	270
95	83	75	71	750	352	238	199	100000	659	347	270
100	87	78	73	800	363	243	202	150000	661	347	270
110	94	84	78	850	373	247	205	200000	661	347	270
120	102	89	83	900	382	251	208	250000	662	348	270
130	109	95	88	950	391	255	211	300000	662	348	270
140	116	100	92	1000	399	258	213	350000	662	348	270
150	122	105	97	1050	414	265	217	400000	662	348	270
160	129	110	101	1100	427	270	221	450000	663	348	270
170	135	114	105	1200	440	275	224	500000	663	348	270
180	142	119	108	1300	450	279	227	550000	663	348	270
190	148	123	112	1400	460	283	229	600000	663	348	270
200	154	127	115	1500	469	286	232	650000	663	348	270
210	160	131	118	1600	477	289	234	700000	663	348	270
220	165	135	122	1700	485	292	235	750000	663	348	271
230	171	139	125	1800	492	294	237	800000	663	348	271
240	176	142	127	1900	498	297	238	850000	663	348	271
250	182	146	130	2000	510	301	241	900000	663	348	271
260	187	149	133	2200	520	304	243	950000	663	348	271
270	192	152	135	2600	529	307	245	1000000	664	349	272

Sumber: (Sugiyono, 2017, p. 87)

Berdasarkan rumus *Isaac* dan *Michael* yang dapat dilihat melalui tabel di atas, maka ditemukan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebesar 349 responden, dengan tingkat kesalahan 5%. Pada umumnya, dalam penelitian nilai taraf kesalahan yang digunakan adalah 1% untuk penelitian kesehatan, 5% untuk penelitian pendidikan dan sosial-ekonomi, dan 10% biasanya juga digunakan dalam penelitian ekonomi (Anisika, 2018, para. 4). Oleh sebab itu,

penelitian ini menggunakan taraf kesalahan 5% karena secara umum dipilih dalam penelitian sosial, yang artinya memiliki tingkat kepercayaan sebesar 95%.

Dalam pemilihan sampel penulis menggunakan *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2017, p. 84). Teknik *sampling* yang penulis gunakan adalah *purposive sampling*. Teknik seperti ini digunakan berdasarkan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017, p. 85). Responden dalam penelitian merupakan orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria yang peneliti tentukan, yakni khalayak yang sudah menonton video konten *AR Immersive* melalui *Youtube channel* CNN Indonesia.

### **3.4 Operasionalisasi Variabel**

Penelitian ini memiliki satu variabel yaitu, variabel kepuasan yang dicari khalayak media sebagai alat ukur peneliti guna melihat tingkat kepuasan khalayak mengenai penggunaan teknologi *Augmented Reality (AR) Immersive* melalui saluran *Youtube* CNN Indonesia. Dimensi dan indikator dalam penelitian ini, penulis dapatkan dari uraian dan penjelasan teori klasifikasi kebutuhan dan kepuasan khalayak oleh media, menurut tipologi McQuail (1987) yang tertulis dalam Riman (Riman, 2010, p. 72). Operasionalisasi variabel penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel Motif Menonton (*Gratification Sought*)

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan
Motif Menonton Program CNN yang menggunakan teknologi AR melalui saluran <i>Youtube</i> CNN Indonesia	Informasi <b>M1-M5</b>	<p>Penonton dikatakan memiliki motif informasi, apabila keinginan mereka menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia</li> <li>- memahami informasi mengenai hal-hal yang sulit dimengerti</li> <li>- memuaskan rasa ingin tahu</li> <li>- belajar, pembelajaran diri</li> <li>- memperoleh rasa aman melalui pengetahuan yang didapat dari konten AR <i>Immersive</i> yang ditampilkan</li> </ul>	<p><b>M1:</b> Saya menonton konten AR di CNN untuk mendapatkan berita/informasi yang masih belum bisa dipahami dengan baik</p> <p><b>M2:</b> Saya menonton konten AR di CNN agar bisa memahami berita/informasi yang sulit Saya mengerti melalui penggunaan teknologi Immersive 3D</p> <p><b>M3:</b> Saya menonton konten AR di CNN supaya memuaskan rasa ingin tahu Saya mengenai peristiwa yang sedang terjadi melalui penggunaan teknologi Immersive 3D</p> <p><b>M4:</b> Saya menonton konten AR di CNN agar lebih jelas memahami objek yang sedang</p>

			<p>diberitakan (misal proses konstruksi MRT secara 3D)</p> <p><b>M5:</b> Saya menonton konten AR di CNN untuk memperoleh rasa aman akan berita/informasi yang ditampilkan secara jelas</p>
	<p>Identitas Pribadi <b>M6-M8</b></p>	<p>Penonton dikatakan memiliki motif identitas pribadi, apabila keinginan mereka menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- menemukan penguatan nilai-nilai pribadi dengan mengidentifikasi diri dari pengetahuan seputar konten AR <i>Immersive</i></li> <li>- menemukan model perilaku dengan menambah kepercayaan diri tentang beragam informasi yang telah</li> </ul>	<p><b>M6:</b> Saya menonton konten AR di CNN karena Saya ingin menemukan <i>visual</i> yang lebih <i>real</i> melalui teknologi <i>Augmented Reality</i></p> <p><b>M7:</b> Saya menonton konten AR di CNN agar semakin yakin dengan informasi yang disampaikan</p> <p><b>M8:</b> Saya menonton konten AR di CNN untuk meningkatkan pemahaman dan</p>

		<p>didapatkan</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- meningkatkan pemahaman dan wawasan diri sendiri</li> </ul>	<p>wawasan Saya mengenai berita yang sedang ramai dibicarakan</p>
	<p>Integrasi dan Interaksi Sosial <b>M9-M13</b></p>	<p>Penonton dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial, apabila keinginan mereka menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain sebagai sikap empati</li> <li>- memperoleh rasa memiliki</li> <li>- menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan teman atau orang sekitar mengenai informasi yang didapat</li> <li>- menjalankan peran sosial dengan berbagi pengetahuan seputar informasi kepada teman atau orang sekitar mengenai informasi yang didapat</li> <li>- memungkinkan</li> </ul>	<p><b>M9:</b> Dengan menonton konten AR di CNN, membantu Saya memiliki sikap empati terhadap sesama (dengan cara memberikan bantuan dalam kasus bencana alam yang kerap terjadi)</p> <p><b>M10:</b> Dengan menonton konten AR di CNN, membantu Saya dalam memperoleh rasa memiliki (misalnya: proses konstruksi MRT)</p> <p><b>M11:</b> Saya menonton konten AR di CNN supaya Saya bisa menemukan bahan percakapan baru dengan orang sekitar mengenai informasi yang Saya dapatkan melalui teknologi <i>Augmented</i></p>

		<p>seorang untuk terhubung dengan keluarga, teman, dan masyarakat</p>	<p><i>Reality</i></p> <p><b>M12:</b> Saya menonton konten AR di CNN karena Saya merasa perlu menjalankan peran sosial dengan berbagi pengetahuan seputar informasi kepada orang sekitar</p> <p><b>M13:</b> Dengan menonton konten AR di CNN, memungkinkan Saya untuk terhubung dengan keluarga, teman, dan masyarakat</p>
	<p>Hiburan <b>M14- M19</b></p>	<p>Penonton dikatakan memiliki motif hiburan, apabila keinginan mereka menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- mengatasi kebosanan</li> <li>- mengisi waktu luang</li> <li>- mengalihkan perhatian dari masalah yang ada sejenak</li> <li>- bersantai</li> </ul>	<p><b>M14:</b> Saya menonton konten AR di CNN untuk mengatasi kebosanan</p> <p><b>M15:</b> Saya menonton konten AR di CNN untuk mengisi waktu luang</p> <p><b>M16:</b> Saya menonton</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- memperoleh kesenangan dalam hidup (kepuasan)</li> <li>- menyalurkan emosional</li> </ul>	<p>konten AR di CNN untuk mengalihkan perhatian Saya dari masalah sejenak</p> <p><b>M17:</b> Saya menonton konten AR di CNN karena Saya ingin bersantai</p> <p><b>M18:</b> Saya menonton konten AR di CNN untuk memperoleh kepuasan atas berita yang disampaikan melalui penggunaan teknologi AR <i>Immersive</i> secara 3D</p> <p><b>M19:</b> Saya menonton konten AR di CNN, untuk dapat menyalurkan perasaan</p>
--	--	---	---

Sumber: Kajian penulis, 2019

Tabel 3.3 Operasionalisasi Variabel Kepuasan Menonton (*Gratification Obtained*)

Variabel	Dimensi	Indikator	Item Pernyataan
Kepuasan setelah	Informasi <b>K20-K24</b>	Penonton memperoleh kepuasan akan informasi,	<b>K20:</b> Teknologi <i>Augmented Reality</i>

<p>menonton Program CNN yang menggunakan teknologi AR melalui saluran <i>Youtube</i> CNN Indonesia</p>		<p>apabila setelah menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN mereka:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat dan dunia</li> <li>- dapat memahami informasi mengenai hal-hal yang sulit dimengerti</li> <li>- dapat memuaskan rasa ingin tahu</li> <li>- dapat belajar, pembelajaran diri</li> <li>- dapat memperoleh rasa aman melalui pengetahuan yang didapat dari konten AR</li> </ul>	<p>membantu Saya mendapatkan berita/informasi yang masih belum bisa dipahami dengan baik</p> <p><b>K21:</b> Teknologi <i>Augmented Reality</i> membuat Saya dapat memahami berita/informasi yang sulit Saya mengerti</p> <p><b>K22:</b> Teknologi <i>Augmented Reality</i> dapat memuaskan rasa ingin tahu Saya mengenai peristiwa yang sedang terjadi melalui penggunaan teknologi <i>Immersive</i> 3D</p> <p><b>K23:</b> Saya merasa puas dengan konten AR <i>Immersive</i> yang ditampilkan karena membuat saya lebih jelas memahami objek yang sedang diberitakan</p>
--	--	---	---

			<p>(misal proses konstruksi MRT secara 3D)</p> <p><b>K24:</b> Saya merasa puas karena memperoleh rasa aman akan berita/informasi yang ditampilkan secara jelas</p>
	<p>Identitas Pribadi <b>K25-K27</b></p>	<p>Penonton merasa puas akan identitas pribadi, apabila setelah menonton konten <i>AR Immersive</i> di kanal <i>Youtube CNN</i> mereka:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat menemukan penguatan nilai-nilai pribadi dengan mengidentifikasi diri dari pengetahuan seputar konten <i>AR Immersive</i></li> <li>- dapat menemukan model perilaku dengan menambah kepercayaan diri tentang beragam informasi yang telah disimak</li> </ul>	<p><b>K25:</b> Teknologi <i>Augmented Reality</i> membuat Saya menemukan <i>visual</i> yang lebih <i>real</i> melalui teknologi <i>Augmented Reality</i></p> <p><b>K26:</b> Teknologi <i>Augmented Reality</i> membuat Saya semakin yakin dengan informasi yang disampaikan</p> <p><b>K27:</b> Teknologi <i>Augmented Reality</i> mampu meningkatkan pemahaman dan</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat meningkatkan pemahaman dan wawasan diri sendiri</li> </ul>	wawasan Saya tentang berita yang sedang ramai dibicarakan
	<p>Integrasi dan Interaksi Sosial <b>K28-K32</b></p>	<p>Penonton merasa puas akan integrasi dan interaksi sosial, apabila setelah menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN mereka:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain sebagai sikap empati</li> <li>- dapat memperoleh rasa memiliki</li> <li>- dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan teman atau orang sekitar mengenai informasi yang didapat</li> <li>- dapat menjalankan peran sosial dengan berbagi pengetahuan seputar informasi kepada teman atau</li> </ul>	<p><b>K28:</b> Saya puas dengan teknologi <i>Augmented Reality</i> dalam pemberitaan, karena membantu Saya memiliki sikap empati terhadap sesama (dengan cara memberikan bantuan dalam kasus bencana alam yang kerap terjadi)</p> <p><b>K29:</b> Saya puas dengan teknologi <i>Augmented Reality</i> dalam pemberitaan, karena membantu Saya untuk memperoleh rasa memiliki (misalnya: proses konstruksi MRT)</p> <p><b>K30:</b> Saya puas karena dengan adanya konten AR di CNN membantu Saya dalam memulai</p>

		<p>orang sekitar mengenai informasi yang didapat</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat terhubung dengan keluarga, teman, dan masyarakat</li> </ul>	<p>percakapan baru dengan orang sekitar, mengenai informasi yang Saya dapatkan melalui teknologi <i>Augmented Reality</i></p> <p><b>K31:</b> Saya puas karena dengan adanya konten AR di CNN, membantu Saya dalam menjalankan peran sosial, dengan berbagi pengetahuan seputar informasi kepada orang sekitar</p> <p><b>K32:</b> Saya puas, karena dengan adanya konten AR di CNN membantu Saya untuk bisa terhubung dengan keluarga, teman, dan masyarakat</p>
	<p>Hiburan</p> <p><b>K33-K38</b></p>	<p>Penonton merasa puas akan hiburan, apabila setelah menonton konten AR <i>Immersive</i> di kanal <i>Youtube</i> CNN mereka:</p>	<p><b>K33:</b> Melihat video CNN dalam penggunaan teknologi <i>Augmented Reality</i> membuat saya dapat mengatasi</p>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>- dapat mengatasi kebosanan</li> <li>- dapat mengisi waktu luang</li> <li>- dapat melarikan diri dari masalah yang ada sejenak</li> <li>- dapat bersantai</li> <li>- dapat memperoleh kesenangan dalam hidup</li> <li>- dapat menyalurkan emosional</li> </ul>	<p>kebosanan</p> <p><b>K34:</b> Melihat video CNN dalam penggunaan teknologi <i>Augmented Reality</i>, menemani saya untuk mengisi waktu luang</p> <p><b>K35:</b> Grafis <i>Virtual</i> dalam penggunaan teknologi <i>Augmented Reality</i> membantu saya untuk mengalihkan perhatian saya dari masalah sejenak</p> <p><b>K36:</b> Grafis <i>Virtual</i> dalam penggunaan teknologi <i>Augmented Reality</i>, menjadi teman saat bersantai sambil menikmati berita/informasi yang disampaikan</p> <p><b>K37:</b> Grafis <i>Virtual</i> maupun komposisi warna yang ditampilkan pada konten AR di CNN</p>
--	--	---	--

			<p>membuat Saya memperoleh kepuasan atas berita yang akan disampaikan dengan penggunaan teknologi <i>AR Immersive</i> secara 3D</p> <p><b>K38:</b> Saya puas karena dengan adanya konten AR di CNN membuat Saya bisa menyalurkan perasaan</p>
--	--	--	---

Sumber: Kajian penulis, 2019

### 3.5 Teknik Pengumpulan

Menurut Sugiyono (2017), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai *setting*, berbagai sumber, dan berbagai cara (Sugiyono, 2017, p. 137). Dalam penelitian ini, penulis memilih pengumpulan data dengan berbagai sumber, di antaranya ada sumber data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data yang penulis peroleh secara langsung dari responden. Sedangkan, data sekunder adalah sumber data yang tidak secara langsung penulis peroleh dari responden, misalnya melalui dokumen atau sumber kedua lainnya.

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner (angket). Menurut Sugiyono (2017) kuesioner merupakan teknik

pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2017, p. 142). Teknik kuesioner (angket) ini penulis pilih karena dianggap sebagai salah satu cara yang efektif dan efisien, apabila penulis tahu dengan pasti variabel yang diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Kemudian, angket dibagikan oleh peneliti melalui jaringan internet dengan memanfaatkan fasilitas yang disebut *google form*.

Skala yang penulis gunakan untuk mengukur jawaban dari responden untuk semua pertanyaan adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2017), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017, p. 93). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian, indikator tersebut dijadikan tolok ukur dalam penyusunan *item* instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan.

Jawaban untuk setiap *item* kuesioner dalam skala Likert memiliki gradasi dari yang sangat positif hingga sangat negatif. Oleh karena itu, skala Likert terbagi menjadi empat skala alternatif, di antaranya Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS). Dalam penelitian, keempat skala tersebut mendapatkan skor penilaian sebagai berikut:

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

## 3.6 Teknik Pengukuran Data

### 3.6.1 Uji Validitas

Sebelum penulis menyebarkan kuesioner yang sudah dibuat, terlebih dahulu penulis melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian. Menurut Sugiyono (2017), instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu harus valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2017, p. 121).

Penghitungan validitas yang dilakukan yakni harus dengan mengorelasikan antar *skor* atau nilai tiap pernyataan yang diajukan terhadap *skor* atau nilai total. Apabila hasil koefisien korelasinya sama dengan atau lebih besar dari 0,3 maka, butir instrumen tersebut dianggap valid (Sugiyono, 2017, p. 134). Uji validitas internal tersebut dilakukan dengan menguji coba instrumen penelitian kepada sampel uji coba minimal 30 orang (Widoyoko, 2012, p. 146).

Skala yang penulis gunakan untuk mengukur jawaban dari responden untuk semua pertanyaan adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2017), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang, atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2017, p. 93). Jawaban untuk setiap *item* kuesioner dalam skala Likert memiliki gradasi dari yang sangat positif hingga sangat negatif. Oleh karena itu, skala Likert terbagi menjadi empat skala alternatif, di antaranya Sangat Setuju (skor 4), Setuju (skor 3), Tidak Setuju

(skor 2), dan Sangat Tidak Setuju (skor 1). Peneliti meniadakan Ragu-ragu, dengan alasan agar tidak memiliki makna ganda dan menghilangkan banyak data dalam penelitian (Kriyantono, 2009, p. 139). Selain itu, peneliti juga memanfaatkan aplikasi bantuan, yakni dengan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 25.

Berikut ini merupakan hasil dari uji validitas variabel GS dan GO dengan menggunakan sampel sebanyak 41 responden. Sesuai dengan rumus  $df=n-2$ , maka  $df$  dalam penelitian ini adalah 39 dengan sig 5%, sehingga dapat ditarik ke kanan nilai  $r$  tabel adalah sebesar 0,316.

Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel *Gratification Sought* (GS)

No.	R hitung	R tabel	Validitas
1.	0,437	0,316	VALID
2.	0,427	0,316	VALID
3.	0,396	0,316	VALID
4.	0,472	0,316	VALID
5.	0,733	0,316	VALID
6.	0,449	0,316	VALID
7.	0,583	0,316	VALID
8.	0,339	0,316	VALID

9.	0,663	0,316	VALID
10.	0,649	0,316	VALID
11.	0,569	0,316	VALID
12.	0,550	0,316	VALID
13.	0,576	0,316	VALID
14.	0,548	0,316	VALID
15.	0,454	0,316	VALID
16.	0,628	0,316	VALID
17.	0,613	0,316	VALID
18.	0,374	0,316	VALID
19.	0,804	0,316	VALID

Sumber: Kajian Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.4, diketahui pada 19 butir pertanyaan GS dinyatakan semua valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Oleh karena itu, untuk analisis selanjutnya 19 butir pertanyaan tersebut akan diikutsertakan.

Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel *Gratification Obtained* (GO)

No.	R hitung	R tabel	Validitas
20.	0,384	0,316	VALID

21.	0,525	0,316	VALID
22.	0,686	0,316	VALID
23.	0,674	0,316	VALID
24.	0,753	0,316	VALID
25.	0,569	0,316	VALID
26.	0,684	0,316	VALID
27.	0,470	0,316	VALID
28.	0,732	0,316	VALID
29.	0,718	0,316	VALID
30.	0,775	0,316	VALID
31.	0,677	0,316	VALID
32.	0,599	0,316	VALID
33.	0,688	0,316	VALID
34.	0,719	0,316	VALID
35.	0,577	0,316	VALID
36.	0,594	0,316	VALID
37.	0,650	0,316	VALID
38.	0,713	0,316	VALID

Sumber: Kajian Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.5, diketahui ada 19 item pertanyaan GO yang juga dinyatakan valid karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel. Oleh karena itu, untuk analisis selanjutnya pertanyaan-pertanyaan tersebut akan diikutsertakan.

### **3.6.2 Uji Reliabilitas**

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya penulis melakukan uji reliabilitas instrumen. Pengujian reliabilitas instrumen menurut Sugiyono (2017), dapat dilakukan secara eksternal maupun internal (Sugiyono, 2017, p. 130). Instrumen yang reliabel atau handal merupakan instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama pula. Metode yang digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen yakni pendekatan *Alpha Cronbach*. Menurut Priyantono dalam Rahmadhaningtyas (2008), jika nilai koefisien *Alpha Cronbach* lebih besar dari 0,60 sebagai dasar pengambilan keputusan, maka variabel yang bersangkutan dinyatakan reliabel (Ramadhaningtyas, 2008, p. 35). Semua butir pernyataan yang uji, dinyatakan valid sehingga seluruh pernyataan diikutsertakan dalam uji reliabilitas. Peneliti melakukan uji reliabilitas dengan program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) 25.

Berikut ini merupakan hasil dari uji reliabilitas variabel GS dan GO dengan menggunakan sampel sebanyak 41 responden.

Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Gratification Sought* (GS)

<b>Reliability Statistics</b>		
	Cronbach's Alpha Based on	
Cronbach's Alpha	Standardized Items	N of Items
.871	.866	19

Sumber: Kajian Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.5, nilai *Cronbach Alpha* pada konsep *Gratification Sought* (GS) lebih besar dari 0,60 yakni 0,871 ( $0,871 > 0,60$ ). Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan dari GS dinyatakan reliabel.

Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel *Gratification Obtained* (GO)

<b>Reliability Statistics</b>		
	Cronbach's Alpha Based on Standardized	
Cronbach's Alpha	Items	N of Items
.920	.922	19

Sumber: Kajian Penulis, 2019

Berdasarkan tabel 3.6, nilai *Cronbach Alpha* pada konsep *Gratification Obtained* (GO) lebih besar dari 0,60 yakni 0,920 ( $0,920 > 0,60$ ). Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pernyataan dari GO dinyatakan reliabel.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Jenis analisis data dikenal menjadi beberapa jenis, yakni analisis univariat, bivariat, dan multivariat. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis analisis univariat, karena hanya memiliki satu variabel yaitu kepuasan yang dinilai berdasarkan pada konsep tipologi kepuasan menurut McQuail. Variabel tersebut akan diolah, diperhitungkan, dan dideskripsikan sesuai dengan hasil *skor* yang didapat dari jawaban responden di masing-masing *item* indikator.

Penelitian ini juga menggunakan statistik deskriptif kuantitatif dalam upaya menggambarkan gejala atau fenomena dari satu variabel yang diteliti, tanpa menjelaskan hubungan yang ada (Kriyantono, 2009, p. 167). Pertama, peneliti menggunakan teknik statistik distribusi frekuensi, yang membantu peneliti untuk bisa mengetahui data responden yang akan diperoleh. Teknik ini digunakan pada jawaban yang menggunakan skala nominal, seperti jenis kelamin, dan wilayah tempat tinggal di DKI Jakarta.

Setelah itu, teknik berikutnya yang penulis pakai yaitu tendensi sentral untuk merangkum nilai yang jumlahnya ratusan atau ribuan dari suatu variabel, sehingga didapatkan nilai rata-rata. Tendensi sentral dikategorikan menjadi tiga bagian, yakni *mean*, *median*, dan *modus*. Ketiga bagian ini merupakan teknik statistik yang digunakan untuk menjelaskan kelompok, yang didasarkan atas segala gejala pusat dari kelompok tersebut. Namun, ketiga macam teknik ini memiliki hasil pengukuran yang berbeda-beda (Sugiyono, 2017, p. 40). Untuk

menghitung *mean*, *median*, dan *modus* peneliti menggunakan program *Statistical Package for Social Sciences (SPSS) 25*.

Kemudian, untuk mengetahui apakah khalayak puas atau tidak puas dengan penggunaan teknologi *Augmented Reality* di saluran *Youtube CNN Indonesia*, penulis mencari tahu berdasarkan nilai hasil kesenjangan kepuasan yang sudah dilakukan pada teknik tendensi sentral sebelumnya.

Dalam penelitian, peneliti menggunakan rumus *discrepancy* menurut Palmgreen dengan model *A Simplified Discrepancy Model* (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 337). *Gratification discrepancy* adalah kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan (GS) dengan kepuasan nyata yang diperoleh (GO) setelah menggunakan media. Kesenjangan kepuasan yang dimaksud adalah kesenjangan antara kepuasan yang diharapkan dengan kepuasan yang diperoleh responden dari menonton video khusus yang menggunakan teknologi *Augmented Reality* melalui saluran *Youtube CNN Indonesia*. Rumus *discrepancy* oleh Palmgreen (1985), yakni:

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

Rumus *discrepancy* digunakan dan dioperasionalkan dengan perhitungan *cross tabulation* atau tabulasi silang. Artinya, dimana setiap *item* dalam GS disilangkan dengan *item* pada GO. Kemudian, akan dapat diketahui tingkat kesenjangan kepuasan yang terjadi dengan hasil ketidaksesuaian antara GS dan

GO, lain kata  $GS > GO$ . Berdasarkan indikator penentu kesenjangan kepuasan GS dan GO atau tidak menurut Palmgreen dalam Kriyantono (2009), sebagai berikut:

1. Jika rata-rata nilai GS lebih besar dari rata-rata GO (*mean skor*  $GS > GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan, karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dapat disimpulkan, media tidak dapat memberi kepuasan kepada khalayak/audiens.
2. Jika rata-rata nilai GS sama dengan GO (*mean skor*  $GS = GO$ ), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diperoleh dan yang diinginkan dapat terpenuhi.
3. Jika rata-rata nilai GS lebih kecil dari rata-rata GO (*mean skor*  $GS < GO$ ), maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, media dapat memberikan kepuasan kepada khalayak/audiens.

(Kriyantono, 2006, p. 210).

Wenner (1982) dalam Palmgreen menyangkal 3 penentu di atas, di mana menurutnya harus ada pembeda antara hasil kesenjangan dengan hasil yang positif ( $GO > GS$ ) dan negatif ( $GS < GO$ ). Rumus *Media Satisfaction* yang dikembangkan oleh Wenner (1982), yaitu *mean skor* GO dikurangi *mean skor* GS. Menurut Wenner (Palmgreen & Rayburn, 1985, pp. 336-337), hasil yang positif ( $>0$ ) menunjukkan kepuasan pada khalayak dan negatif ( $<0$ ) menunjukkan ketidakpuasan khalayak, atau kebutuhan yang hanya sekadar terpenuhi.