



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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. Neuman menyatakan bahwa penelitian kuantitatif lebih mementingkan pengukuran (*measurement*) (2014, p. 133). Artinya jenis penelitian kuantitatif berupa data yang berwujud angka-angka sebagai hasil observasi atau pengukuran (Widoyoko, 2012, p. 21). Menurut Aan, penelitian kuantitatif merupakan metode riset yang pola berpikirnya secara deduktif (bertitik tolak berdasarkan teori atau konsep untuk menjawab rumusan masalah), demikian juga dalam pola karakter teknik analisisnya terhadap data-data yang sudah dikuantifikasikan (kuantitatif) dengan menggunakan statistik (2013, p. 8 – 9). Sementara menurut Rakhmat dan Ibrahim, pendekatan kuantitatif memberi batasan yang jelas atas keluasan dan kedalaman masing-masing variabel yang diteliti karena jelas ditunjukkan bagaimana variabel-variabel penelitian dioperasionalkan dan diukur dengan mengeksplisitkan operasionalisasi variabel (2016, p. 43). Dapat dikatakan bahwa penelitian kuantitatif ini dilakukan dengan cara melakukan pengukuran secara deduktif yang diukur dengan mengeksplisitkan operasionalisasi variabel yang diteliti pada populasi atau sampel tertentu lalu dilanjutkan dengan ungkapan dalam bentuk angka statistik.

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Effendi dan Tukiran, penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengukur dengan cermat fenomena sosial tertentu (2012, p. 5). Berarti bahwa peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta sehingga tidak melakukan pengujian hipotesis. Kemudian menurut Bungin, penelitian deskriptif bertujuan untuk menjelaskan dan meringkaskan berbagai kondisi, situasi, dan variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi (2005, p. 36). Misalnya, tingkat kepuasan khalayak terhadap berita infografis di media *online* pada generasi milenial.

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif sehingga paradigma dalam penelitian ini adalah positivisme. Positivisme merupakan pendekatan yang mencari fakta dan penyebab fenomena sosial dan kurang mempertimbangkan keadaan subjektivitas individu. Hal tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan fakta sosial atau fenomena sosial sebagai sesuatu yang memberikan pengaruh dari luar atau memaksa pengaruh tertentu terhadap perilaku manusia (Setyawan, 2017, p. 25 – 26). Peneliti menggunakan paradigma positivisme karena ingin menegakkan objektivitas yang tinggi, tidak berdasarkan subjektivitas individu.

Pandangan positivisme dari sudut ontologi meyakini bahwa realitas merupakan suatu yang tunggal dan dapat dipecah-pecah untuk dipahami secara bebas, objek yang diteliti dapat dieliminasi dari objek yang lainnya. Pandangan positivisme dari sudut epistemologi mensyaratkan adanya dualisme antara subjek peneliti dan objek yang diteliti, pemilihan

tersebut dimaksudkan agar dapat diperoleh hasil yang objektif. Pandangan positivisme dari sudut aksiologi mensyaratkan agar penelitian itu bebas nilai agar dicapai objektivitas konsep dan hukum sehingga tingkat keberlakuannya bebas tempat dan waktu (Setyawan, 2017, p. 25 – 27). Hal tersebut menyatakan bahwa objek material harus dapat diukur sehingga dapat dihasilkan data kuantitatif atau numerik yang berupa angka atau bilangan.

Penelitian kuantitatif deskriptif dengan paradigma positivisme berkaitan dengan pengkajian fenomena secara lebih rinci atau membedakannya dengan fenomena yang lain (Setyawan, 2017, p. 28). Pada penelitian ini meneliti data kuantitatif (numerik) dengan hanya mengkaji suatu fenomena dan memaparkan peristiwa (satu variabel) tersebut, tetapi tanpa menguji hipotesis artinya tidak menjelaskan mengapa atau bagaimana hubungan sebab-akibat hal tersebut terjadi. Variabel yang diteliti oleh peneliti, yaitu tingkat kepuasan khalayak terhadap berita infografis di media *online* pada generasi milenial berdasarkan *Gratification Discrepancy* yang terdiri dari *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* oleh Palmgreen.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode survei yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data (Effendi & Tukiran, 2017, p. 3). Survei dilakukan dengan menyebarkan kuesioner secara *online* (daring) melalui *Google Form*. Penggunaan *Google Form* menurut Neuman karena cepat dan murah untuk menjangkau pertanyaan dan responden yang banyak dalam waktu yang singkat (2014, p. 214).

Menurut Babbie, metode survei dapat digunakan dalam berbagai sifat penelitian, seperti deskriptif, eksplanatif, dan eksploratif. Metode survei digunakan untuk mengumpulkan dan mendeskripsikan data untuk menggambarkan populasi yang terlalu besar jika harus diobservasi secara langsung, serta digunakan untuk mengukur sikap dan orientasi dalam populasi yang besar (Babbie, 2008, p. 270). Metode survei dilakukan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam dengan kelompok kontrol, tetapi generalisasi yang dilakukan dapat lebih akurat bila digunakan sampel yang representatif (Sugiyono, 2018, p. 17). Pertanyaan survei merupakan pengukuran dari variabel dan semua responden menjawab pertanyaan atau pernyataan yang sama, jawaban yang diperoleh dapat digunakan untuk menguji hipotesis dan menduga jawaban sementara berdasarkan pertanyaan kuesioner yang menanyakan beberapa aspek kehidupan sosial, seperti perilaku, sikap/kepercayaan/opini, karakteristik, ekspektasi, klasifikasi diri, dan pengetahuan (Neuman, 2014, p. 192).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, p. 61). Peneliti melakukan penelitian pada khalayak generasi milenial dengan rentang usia 19 – 39 tahun yang pernah membaca berita infografis di media *online* yang berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu DKI Jakarta dan Tangerang Raya.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pembaca berita *online* di Indonesia. Menurut survei Sosial Ekonomi Nasional pada 2017 oleh Badan Pusat Statistik (BPS) yang diolah Lokadata Beritagar.id, terdapat 65,9 persen atau sekitar 50.700.000 orang di Indonesia yang menggunakan internet untuk membaca berita *online*. Dari total pembaca berita *online* tersebut, sebanyak 74,7% didominasi oleh generasi milenial yang tinggal di perkotaan (Beritagar.id, 2019, para. 8).

Peneliti melakukan penelitian pada khalayak generasi milenial pembaca berita infografis di media *online* di wilayah urban/perkotaan, yaitu DKI Jakarta dan Tangerang Raya karena menurut survei APJII menunjukkan bahwa sebesar 72,41% penduduk urban/perkotaan menggunakan internet (2018, p. 3).

Urban merupakan wilayah administratif yang sebagian besar *Gross Domestic Product* (GDP) berasal dari sektor nonpertanian (Kominfo, para. 4). Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sebagian besar Tangerang Raya berasal dari sektor nonpertanian (BPS, 2018, p. 65). Peneliti menyimpulkan bahwa Tangerang Raya termasuk dalam kategori wilayah urban. Kemudian, menurut Survei Sosial Ekonomi Nasional oleh Badan Pusat Statistik yang diolah Lokadata Beritagar.id pada 2017, penetrasi internet tertinggi untuk mengakses berita terdapat di DKI Jakarta (Beritagar.id, 2019, para. 6). Peneliti menyimpulkan bahwa sebagian besar masyarakat di DKI Jakarta menggunakan internet untuk memperoleh informasi.

Peneliti melakukan penelitian pada generasi milenial dengan rentang usia 19 – 39 tahun karena berdasarkan dari survei yang dilakukan oleh APJII, masyarakat Indonesia yang paling banyak menggunakan internet untuk memperoleh informasi didominasi oleh generasi milenial yang rentang usianya mulai dari 19 – 39 tahun (Kumparan.com, 2018, para. 3). Survei *Indonesia Millennial Report 2019* yang dilakukan oleh *IDN Research Institute* dan *Alvara Research Center* menunjukkan bahwa generasi milenial mengakses media *online* untuk mencari informasi terkini dengan membaca berita teks dan juga berita infografis (IDNTimes.com, 2019, para. 2).

Berdasarkan hal tersebut, peneliti memutuskan untuk meneliti dengan mengambil dari jumlah populasi pembaca berita *online* di Indonesia, yaitu sebanyak 50.700.000 orang yang didominasi oleh generasi milenial di wilayah urban/perkotaan. Generasi milenial di wilayah urban/perkotaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pembaca berita infografis di media *online* yang berusia 19 – 39 tahun berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu DKI Jakarta dan Tangerang Raya.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Apabila populasi terlalu besar, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut (Sugiyono, 2010, p. 62). Metode dalam pemilihan sampel dapat berupa *probability* dan *non-probability sampling* (Bryman, 2012, p. 187).

Apabila jumlah populasi yang akan diteliti jumlahnya terlalu besar dan wilayahnya terlalu luas, maka diperlukan rumus untuk menentukan jumlah sampel yang sesuai. Rumus pengambilan sampel digunakan untuk memperkecil wilayah populasi, agar jumlah yang terlalu besar dan wilayah yang terlalu luas tetap dapat dipenuhi dan dijangkau oleh peneliti sehingga penelitian menjadi lebih efisien. Salah satu rumus yang digunakan untuk pengambilan sampel adalah rumus Slovin. Rumus ini memberikan kebebasan

kepada peneliti untuk menentukan batas toleransi kesalahan (Abidin, 2015, p. 286 – 288). Rumus Slovin dapat dilihat di bawah ini.

Rumus Slovin:

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

Dengan keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi kesalahan

Karena rumus Slovin memberikan kebebasan dalam menentukan batas toleransi kesalahan, peneliti menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 5%. Maka, dengan batas toleransi tersebut, jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut.

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{50.700.000}{1 + 50.700.000(0,05)^2} \\ &= \frac{50.700.000}{1 + 126.750} \\ &= \frac{50.700.000}{126.751} \end{aligned}$$

$$= 399,996 \approx 400$$

Jadi, pada penelitian ini, peneliti membutuhkan sebanyak minimal 400 generasi milenial dengan kriteria usia 19 – 39 tahun yang pernah membaca berita infografis di media *online* dan berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu DKI Jakarta dan Tangerang Raya.

Rancangan sampling yang digunakan oleh peneliti adalah *non-probability sampling* yang berarti teknik pengambilan sampelnya tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi dipilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2010, p. 66). Teknik sampling dilakukan dengan tipe *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel dengan pertimbangan tertentu yang dianggap relevan atau dapat mewakili objek yang akan diteliti (Effendi & Tukiran, 2012, p. 172). Pertimbangan yang dimaksud artinya responden memiliki pertimbangan atau kriteria tertentu yang mewakili objek. Misalnya, dalam konteks penelitian, generasi milenial berusia 19 – 39 tahun tinggal di DKI Jakarta dan Tangerang Raya yang pernah membaca berita infografis di media *online*.

Untuk penelitian yang berhubungan dengan media, umumnya dasar yang dipakai adalah jumlah khalayak. Alasannya, semakin banyak media yang diakses, semakin besar pula

pengaruhnya kepada publik sehingga hal tersebut yang menjadi landasan ilmiah. Peneliti perlu melengkapi dengan data yang menunjukkan jumlah pembaca yang akan dijadikan sampel (Eriyanto, 2015, p. 149). Misalnya, peneliti akan melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan terhadap berita infografis di media *online* pada generasi milenial, maka sampel sumber datanya adalah dari populasi jumlah pembaca berita *online* di Indonesia dengan sampel generasi milenial berusia 19 – 39 tahun yang pernah membaca berita infografis di media *online*. Peneliti menyebarkan kuesioner berupa *Google Form* melalui *group chat* di WhatsApp dan LINE. Peneliti juga membagikan *insta story* di *Instagram*, *tweet* di *Twitter*, *story status WhatsApp* dan *LINE* yang berisi beberapa karakteristik seperti generasi milenial yang pernah membaca berita infografis di media *online*, berusia 19 – 39 tahun, dan berdomisili wilayah urban/perkotaan, yaitu DKI Jakarta dan Tangerang Raya.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini hanya meneliti satu variabel, yaitu tingkat kepuasan khalayak terhadap berita infografis di media *online*. Penelitian ini mendeskripsikan seberapa puaskah khalayak generasi milenial terhadap berita infografis di media *online* berdasarkan konsep *Gratification Discrepancy* (kesenjangan kepuasan) oleh Palmgreen yang terdiri dari *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) dan *Gratification Obtained*

(kepuasan yang diperoleh). Menurut Palmgreen (Palmgreen, et. al., 1980, p. 169 – 170), dimensi *Gratification Sought/GS* (kepuasan yang dicari) dan dimensi *Gratification Obtained/GO* (kepuasan yang diperoleh) terdiri dari lima hal yaitu sebagai berikut.

- *General Information Seeking* (Mencari Informasi Umum).
 1. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk tetap *up to date* dengan isu dan peristiwa terkini.
 2. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk mengetahui isu dan peristiwa terkini dengan cepat dan tepat.
 3. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk membaca informasi yang panjang secara lebih ringkas.
 4. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk memahami informasi yang rumit menjadi lebih mudah dipahami.
 5. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk mempercayai informasi yang diberikan melalui grafis yang ditampilkan.
- *Decisional Utility* (Kegunaan Keputusan).
 6. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk membantu dalam mengambil keputusan mengenai isu penting.
 7. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk mengetahui isu yang berdampak pada diri sendiri.
- *Entertainment* (Hiburan).
 8. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk mengisi waktu luang.

9. Saya membaca berita infografis di media *online* karena informasi dikemas lebih menarik.
- *Interpersonal Utility* (Kegunaan Pribadi).
10. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk berbagi sudut pandang saya dengan orang lain tentang informasi yang diperoleh.
11. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk berbagi informasi dengan orang lain.
12. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk memberikan informasi yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain.
- *Parasocial Interaction* (Interaksi Parasosial).
13. Saya membaca berita infografis di media *online* karena informasi yang disajikan menarik dan berkualitas.
14. Saya membaca berita infografis di media *online* untuk membandingkan pendapat saya tentang suatu isu atau peristiwa dengan narasumber dalam berita terkait.
15. Saya membaca berita infografis di media *online* karena pembuat beritanya orang yang saya kenal.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought*

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
	Motif Mencari Informasi Umum (<i>General Information Seeking</i>)	Pembaca dikatakan memiliki motif mencari informasi umum apabila keinginan mereka dalam membaca berita infografis di media <i>online</i> untuk: <ul style="list-style-type: none"> Dapat tetap <i>up to date</i> dengan isu dan peristiwa terkini 	1.

Kepuasan yang dicari khalayak sebelum membaca berita infografis di media <i>online</i>		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengetahui isu dan peristiwa terkini dengan cepat dan tepat • Dapat membaca informasi yang panjang secara lebih ringkas • Dapat memahami informasi yang rumit menjadi lebih mudah dipahami • Dapat mempercayai informasi yang diberikan melalui grafis yang ditampilkan 	2. 3. 4. 5.
	Motif Kegunaan Keputusan (<i>Decisional Utility</i>)	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif kegunaan keputusan apabila keinginan mereka dalam membaca berita infografis di media <i>online</i> untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat membantu dalam mengambil keputusan mengenai isu penting • Dapat mengetahui isu yang berdampak pada diri sendiri 	6. 7.
	Motif Hiburan (<i>Entertainment</i>)	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif hiburan apabila keinginan mereka dalam membaca berita infografis di media <i>online</i> untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengisi waktu luang • Dapat membaca informasi yang dikemas lebih menarik 	8. 9.
	Motif Kegunaan Pribadi (<i>Interpersonal Utility</i>)	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif kegunaan pribadi apabila keinginan mereka dalam membaca berita infografis di media <i>online</i> untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat berbagi sudut pandang saya dengan orang lain tentang informasi yang diperoleh • Dapat berbagi informasi dengan orang lain • Dapat memberikan informasi yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain 	10. 11. 12.
	Motif Interaksi Parasosial (<i>Parasocial Interaction</i>)	<p>Pembaca dikatakan memiliki interaksi parasosial apabila keinginan mereka dalam membaca berita infografis di media <i>online</i> untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat membaca informasi yang disajikan secara menarik dan berkualitas • Dapat membandingkan pendapat saya tentang suatu isu atau peristiwa dengan narasumber dalam berita terkait • Dapat membuat saya membaca berita karena pembuat beritanya orang yang saya kenal 	13. 14. 15.

Sumber: Olahan Penulis, 2019

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained*

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Item
	Kepuasan Mencari Informasi Umum (<i>General Information Seeking</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan mencari informasi umum apabila setelah membaca berita infografis di media <i>online</i> mereka: <ul style="list-style-type: none"> Dapat tetap <i>up to date</i> dengan isu dan peristiwa terkini Dapat mengetahui isu dan peristiwa terkini dengan cepat dan tepat Dapat membaca informasi yang panjang secara lebih ringkas Dapat memahami informasi yang rumit menjadi lebih mudah dipahami Dapat mempercayai informasi yang diberikan melalui grafis yang ditampilkan 	16. 17. 18. 19. 20.
	Kepuasan Kegunaan Keputusan (<i>Decisional Utility</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan kegunaan keputusan apabila setelah membaca berita infografis di media <i>online</i> mereka: <ul style="list-style-type: none"> Dapat membantu dalam mengambil keputusan mengenai isu penting Dapat mengetahui isu yang berdampak pada diri sendiri 	21. 22.
	Kepuasan Hiburan (<i>Entertainment</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila setelah membaca berita infografis di media <i>online</i> mereka: <ul style="list-style-type: none"> Dapat mengisi waktu luang Dapat membaca informasi yang dikemas lebih menarik 	23. 24.
	Kepuasan Kegunaan Pribadi (<i>Interpersonal Utility</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan kegunaan pribadi apabila setelah membaca berita infografis di media <i>online</i> mereka: <ul style="list-style-type: none"> Dapat berbagi sudut pandang saya dengan orang lain tentang informasi yang diperoleh Dapat berbagi informasi dengan orang lain Dapat memberikan informasi yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain 	25. 26. 27.
	Kepuasan Interaksi Parasosial (<i>Parasocial Interaction</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan interaksi parasosial apabila setelah membaca berita infografis di media <i>online</i> mereka:	

		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat membaca informasi yang disajikan secara menarik dan berkualitas 	28.
		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat membandingkan pendapat saya tentang suatu isu atau peristiwa dengan narasumber dalam berita terkait 	29.
		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat membuat saya membaca berita karena pembuat beritanya orang yang saya kenal 	30.

Sumber: Olahan Penulis, 2019

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara atau kuesioner yang dibagikan kepada responden yang sesuai dengan hasil penelitian (Sugiyono, 2014, p. 35). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, yaitu melakukan survei dengan cara menyebarkan kuesioner kepada khalayak secara *online*. Kuesioner *online* disebarkan melalui pertanyaan dalam *Google Form*. Survei berbasis web (*Google Form*) digunakan karena dianggap cepat dan murah. *Google Form* juga dapat menjangkau wilayah yang luas, serta pertanyaan dan responden yang banyak dalam waktu yang singkat sehingga dapat menghemat waktu dan biaya (Neuman, 2014, p. 214 – 215).

Survei berbasis web dilakukan dengan cara meminta responden mengunjungi tautan situs web kuesioner dan mengisi pertanyaan kuesioner tersebut. Survei berbasis web memiliki beberapa keuntungan seperti, biaya yang murah, respons yang cepat, serta lebih sedikit pertanyaan yang tidak terjawab. Survei berbasis web juga memungkinkan peneliti untuk memperoleh data yang lebih akurat karena data masuk secara otomatis

(memindahkan data tidak dikerjakan secara manual) sehingga kesalahan data dapat dihindari (Bryman, 2012, p. 671 – 677).

Penelitian ini menggunakan kuesioner jenis *Self-Administered Questionnaire*, yaitu kuesioner yang diisi secara mandiri oleh responden. Terdapat beberapa kelebihan dalam kuesioner jenis ini. Pertama, kuesioner memungkinkan peneliti untuk menjangkau responden yang terpisah secara jarak atau geografis. Kedua, lebih cepat untuk diselesaikan karena kuesioner dapat disebar pada waktu yang bersamaan. Ketiga, mengurangi dampak dari peneliti sehingga tidak ada bias. Keempat, peneliti tidak menanyakan pertanyaan dengan cara yang berbeda kepada seluruh responden. Kelima, memudahkan responden karena kuesioner dapat diselesaikan kapan saja (Bryman, 2012, p. 233 – 234).

Penelitian ini menggunakan pertanyaan jenis *Closed Question* (pertanyaan tertutup). Karakteristiknya adalah semua pilihan jawaban dari pertanyaan kuesioner telah ditentukan oleh peneliti dan responden tidak diperkenankan memberikan jawaban selain pilihan jawaban yang telah ditentukan (Effendi & Tukiran, 2017, p. 184). Responden hanya memilih jawaban yang dianggap sesuai dengan realitas yang mereka alami (Kriyantono, 2009, p. 96). Kuesioner dengan pertanyaan tertutup dianggap lebih cepat dan mudah bagi peneliti maupun responden. Peneliti harus mempertimbangkan dan memutuskan berapa banyak pilihan yang ada, jenis pilihan yang sebaiknya digunakan, dan dengan pengukuran jenis apa (Bryman, 2012, p. 203 – 204).

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran tipe skala Likert. Skala pengukuran yang digunakan oleh peneliti adalah skala sikap untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang tentang fenomena sosial. Skala sikap yang digunakan biasanya terdiri dari dua skala, yaitu skala Guttman dan skala Likert. Dengan skala Guttman, responden diminta untuk menyatakan pendapatnya tentang suatu pertanyaan. Guttman akan menghasilkan jawaban yang tegas dan konsisten, yaitu “ya” dan “tidak” atau “setuju” dan “tidak setuju”. Sementara, dengan skala Likert, responden diminta untuk menentukan lokasi kedudukan seseorang dalam suatu sikap terhadap objek mulai dari sangat negatif sampai dengan sangat positif. Likert akan menghasilkan jawaban yang mempunyai gradasi pilihan jawabannya dari sangat positif sampai sangat negatif atau sebaliknya. Skala Likert disusun dalam bentuk suatu pertanyaan dan diikuti oleh pilihan respons yang menunjukkan tingkatan (Widoyoko, 2012, p. 102 – 117).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap responden pada variabel “Tingkat Kepuasan Khalayak”, dengan menggunakan empat pilihan atau respons skala empat untuk menentukan pilihan tingkatan jawaban karena pilihan respons skala empat mempunyai variabilitas respons lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan skala tiga sehingga mampu mengungkapkan 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. 106). Respons skala empat yang dimaksud terdiri dari sebagai berikut.

- a. Sangat Setuju (SS) : 4
- b. Setuju (S) : 3
- c. Tidak Setuju (TS) : 2
- d. Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

3.6 Teknik Pengukuran Data

Hasil pengukuran dapat dikatakan valid, apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, suatu ukuran yang menunjukkan bahwa variabel yang diukur memang benar-benar variabel yang hendak diteliti. Hasil pengukuran dapat dikatakan reliabel, apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda. Artinya, jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dengan demikian, peneliti harus mampu menyusun instrumen yang valid dan reliabel, maka diharapkan hasil penelitian akan menjadi valid dan reliabel (Sugiyono, 2010, p. 348). Sebelum menyebar instrumen penelitian atau pertanyaan kuesioner kepada seluruh sampel responden, perlu dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu. Validitas dan reliabilitas diperlukan dalam penelitian ilmu sosial karena pengukuran yang valid dan reliabel dapat membantu peneliti mendapatkan temuan yang benar, kredibel, dan

dapat dipercaya (Neuman, 2014, p. 141). Maka, uji validitas dan uji reliabilitas diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang akan diukur (Kurniawan, 2011, p. 49). Uji validitas digunakan untuk melihat bagaimana definisi dari masing-masing operasional variabel saling berhubungan atau bertautan (Neuman, 2014, p. 144). Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data itu valid. Valid mengartikan bahwa instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang hendak diukur (Sugiyono, 2010, p. 348).

Penelitian ini menggunakan validitas internal karena kriteria yang ada dalam instrumen secara teoritis telah mencerminkan apa yang diukur sehingga validitas internal instrumennya dikembangkan menurut teori yang relevan, tidak seperti validitas eksternal yang instrumennya dikembangkan dari fakta empiris (Sugiyono 2010, p. 350).

Peneliti menggunakan validitas internal dengan melakukan uji coba instrumen penelitian kepada sampel uji coba 30 orang responden karena menurut Abidin, validitas internal dapat dilakukan uji coba instrumen penelitian kepada sampel uji coba 30 orang responden (Abidin, 2015, p. 307). 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 *Pearson Correlation* (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. 147). Peneliti melakukan uji validitas dengan menggunakan alat bantu dari perangkat lunak SPSS versi 25. Analisis selanjutnya dilakukan terhadap data dari butir-butir instrumen yang valid saja, sedangkan butir instrumen yang tidak valid harus dikeluarkan dari analisis selanjutnya (Widoyoko, 2012, p. 150).

Setelah melakukan uji validitas kepada 30 orang responden, hasil uji GS dan GO tersebut menunjukkan bahwa dari total 30 pernyataan yang diajukan, terdapat 1 pernyataan yang tidak valid pada nomor item X.3 GS sehingga harus dihilangkan. Karena GS dan GO merupakan suatu kesatuan sehingga pasangan dari item X.3 GS yaitu item X.18 GO juga turut dihilangkan. Artinya, dari total 30 pernyataan, kini menjadi 28 pernyataan.

Tabel 3.3 Nilai r hitung dan r tabel hasil Uji Validitas *Gratification*

Sought (GS)

Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
X.1	0.746	0.306	Valid
X.2	0.772	0.306	Valid
X.3	0.219	0.306	Tidak Valid
X.4	0.442	0.306	Valid
X.5	0.563	0.306	Valid
X.6	0.373	0.306	Valid
X.7	0.644	0.306	Valid
X.8	0.435	0.306	Valid
X.9	0.350	0.306	Valid
X.10	0.660	0.306	Valid
X.11	0.379	0.306	Valid
X.12	0.623	0.306	Valid
X.13	0.529	0.306	Valid
X.14	0.777	0.306	Valid
X.15	0.315	0.306	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2019

Tabel 3.4 Nilai r hitung dan r tabel hasil Uji Validitas *Gratification*
Obtained (GO)

Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r table	Keterangan
X.16	0.689	0.306	Valid
X.17	0.754	0.306	Valid
X.18	0.359	0.306	Tidak Valid
X.19	0.484	0.306	Valid
X.20	0.703	0.306	Valid
X.21	0.699	0.306	Valid
X.22	0.601	0.306	Valid
X.23	0.530	0.306	Valid
X.24	0.401	0.306	Valid
X.25	0.652	0.306	Valid
X.26	0.771	0.306	Valid
X.27	0.746	0.306	Valid
X.28	0.386	0.306	Valid
X.29	0.677	0.306	Valid
X.30	0.355	0.306	Valid

Sumber: Olah Data SPSS, 2019

Interpretasi tabel r hitung dan r tabel di atas menyatakan bahwa nilai nomor item X.3 tidak valid karena nilainya di bawah dari 0.306. Terlihat dari nilai r hitung $>$ r tabel (pada tingkat signifikansi 0.05, $n = 30 - 2$, $df = 28$ yaitu sebesar 0.306 (Kurniawan, 2011, p. 55). Karena GS dan GO merupakan suatu kesatuan sehingga pasangan dari X.3 yaitu X.18 juga harus dihilangkan.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan (Kurniawan, 2011, p. 51). 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). Pengujian reliabilitas ini dengan teknik Alpha Cronbach karena dilakukan untuk jenis data interval (Sugiyono, 2010, p. 365). Jika nilai koefisien Alpha Cronbach $>0,6$ maka variabel yang bersangkutan dapat dikatakan reliabel (Priyantono dalam Ramadhanyngtyas, 2008, p. 35).

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.813	15

Sumber: Olah Data SPSS, 2019

Hasil uji reliabilitas GS pada tabel di atas dikatakan reliabel atau bisa diandalkan karena nilai koefisien Alpha Cronbach >0.6 yaitu 0.813.

Tabel 3.6 Hasil Uji Reliabilitas *Gratification Obtained* (GO)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0.859	15

Sumber: Olah Data SPSS, 2019

Hasil uji reliabilitas GO pada tabel di atas dikatakan reliabel atau bisa diandalkan karena nilai koefisien Alpha Cronbach >0.6 yaitu 0.859.

3.7 Teknik Analisis Data

Sifat penelitian ini adalah deskriptif yang berfungsi 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 yang 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).

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 *Tendency Central* (gejala pusat) 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. Median adalah nilai tengah dari distribusi nilai, yang dicari dengan mengurutkan dari nilai yang terbesar hingga nilai yang terkecil, kemudian dicari nilai tengahnya. 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).

Rumus Modus:

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

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

Rumus Median:

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

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

Rumus Mean:

$$\text{Me} = \frac{\sum f_1 X_1}{f_1}$$

Keterangan:

Me = Mean

fi = Jumlah data / sampel

fixi = Produk perkalian antara fi pada tiap interval tanda klas (xi). Tanda klas xi adalah rata-rata dari batas bawah dan batas pada setiap interval data

Kemudian, untuk mengetahui kepuasan khalayak dalam membaca berita infografis di media *online*, peneliti mencari tahu berdasarkan hasil dari *Gratification Discrepancy* (Kesenjangan Kepuasan) dengan model A *Simplified Discrepancy Model* (Palmgreen & Rayburn, 1985, p. 336 – 337) sebagai berikut.

Rumus *Media Satisfaction Model A Simplified Discrepancy Model*:

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

Model tersebut dikembangkan oleh Wenner. 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).

Apabila semakin besar terdapat nilai kesenjangan antara GS dan GO, maka dapat disimpulkan bahwa media tersebut semakin tidak memuaskan khalayaknya. Hal tersebut berlaku sebaliknya, apabila kesenjangan nilai GS dan GO semakin kecil, maka media tersebut semakin dapat memuaskan khalayaknya (Palmgreen & Rayburn, 1982, 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 sebagai berikut (Neuman, 2014, p. 228 – 289).

Rumus Standar Deviasi:

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

Keterangan:

S = Standar deviasi

X = Skor data

\bar{X} = Mean

N = Jumlah data

\sum = Jumlah