

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah kuantitatif. Menurut Neuman (2014) penelitian kuantitatif lebih mementingkan pengukuran (*measurement*) (2014, p. 133). Sementara itu, menurut Rakhmat dan Ibrahim, pendekatan kuantitatif memberi batasan yang jelas atas keleluasaan atau kedalaman masing-masing variabel yang diteliti karena jelas ditunjukkan bagaimana variabel-variabel penelitian dioperasionalkan dan diukur dengan mengeksplisitkan operasionalisasi variabel (2016, p. 43). Penelitian kuantitatif juga dapat dikatakan sebagai penelitian yang dapat dilakukan dengan cara pengukuran secara deduktif, kemudian mengeksplisitkan operasionalisasi variabel yang kemudian ditunjukkan dalam bentuk angka statistik (Rizma, 2019, p. 57).

Sifat pada penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Effendi dan Turkiran, penelitian deskriptif digunakan untuk mengukur fenomena sosial tertentu (2012, p. 5). Menurut Bungin, penelitian deskriptif digunakan untuk memaparkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi, dan variabel yang terjadi di masyarakat sehingga objek penelitian ini berdasarkan apa yang terjadi (2005, p. 36). Contohnya, tingkat kepuasan khalayak generasi milenial terhadap berita visual interaktif *storytelling*

di VIK *Kompas.com*. Yang artinya, penelitian ini hanya mengembangkan konsep yang digunakan dan menghimpun fakta sehingga penelitian ini tidak memerlukan uji hipotesis.

Pada penelitian ini, peneliti mencoba meneliti data kuantitatif (numerik) dan hanya mengkaji suatu fenomena serta memaparkan suatu peristiwa (satu variabel) tanpa menguji hipotesis, artinya pada penelitian ini tidak menjelaskan mengapa atau bagaimana hubungan sebab-akibat tersebut terjadi. Variabel yang akan diteliti oleh peneliti adalah tingkat kepuasan khalayak generasi milenial terhadap berita visual interaktif *storytelling* di VIK Kompas berdasarkan *Gratification Discrepancy* yang juga terdiri dari *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* yang dikemukakan oleh Philip Palmgreen.

3.2 Metode Penelitian

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

Menurut Babbie, metode survei digunakan dalam beberapa sifat, seperti deskriptif ekplanatif, dan juga eksploratif. Metode survei ini dapat dikatakan sebagai metode terbaik untuk mengumpulkan data asli untuk menggambarkan populasi yang besar agar dapat diamati secara langsung

(observasi). Serta digunakan untuk mengukur sikap dan orientasi dalam populasi yang besar (Babbie, 2008, p. 270). Metode survei umumnya digunakan untuk mengambil suatu generalisasi dari pengamatan yang tidak mendalam dan tidak memerlukan kelompok kontrol, namun proses penalarannya dilakukan agar bisa lebih akurat dan terpercaya apabila sampel yang digunakan sesuai dengan yang akan diteliti. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan pengamatan melalui wawancara serta membagikan kuesioner 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 kuesioner yang menanyakan beberapa aspek kehidupan sosial, seperti perilaku, sikap/kepercayaan/opini, karakteristik, ekspektasi, klasifikasi diri, dan pengetahuan (2014, p. 192 - 193).

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi merupakan suatu wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipahami sehingga peneliti dapat menarik kesimpulannya (Sugiyono, 2010, p. 61). Penelitian melakukan penelitian pada khalayak generasi milenial yang

berusia 19 – 39 tahun yang mengakses berita visual interaktif *storytelling* di VIK *Kompas.com* yang berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu Tangerang Kota.

Populasi dalam penelitian ini yaitu pembaca berita media *online* di Indonesia, yaitu mencapai 50.700.000 juta orang serta 74,7% dari mereka mengakses berita *online* di perkotaan tapi penetrasi belum merata sampai perdesaan (Beritagar.id, 2019, para. 1) sehingga perhitungan populasi yang di hasilkan akan dijadikan sampel penelitian di wilayah Tangerang Kota.

Menurut Data Pusat Statistik (BPS) Provinsi Banten, sebesar 34,46% atau sekira 4.571.299 juta warga banten dalam mengakses internet. Pada posisi teratas, Kota Tangsel memiliki 66,84% dalam mengakses internet, kemudian Kota Tangerang mencapai 51,49% (bantenhits.com, 2018, para. 4-6). Menurut data yang dihasilkan oleh APJI, penggunaan internet dalam memperoleh informasi kini paling banyak didominasi oleh generasi milenial yang berusia 19 – 39 tahun (kumparan.com, 2018, para. 3), maka peneliti melakukan penelitian dengan kriteria usia 19-34 tahun.

Maka populasi pada penelitian ini yaitu pada khalayak generasi milenial pembaca berita visual interaktif *storytelling* di VIK *Kompas* di wilayah urban/perkotaan, yaitu Tangerang Kota/Raya.

Menurut Badan Pusat Statistik, wilayah urban merupakan wilayah administratif yang sebagian besar *Gross Domestic Product* (GDP) berasal dari sektor non-pertanian (Kominfo, 2016. para. 4). Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa sebagian besar Tangerang Kota/Raya berasal dari sektor non-pertanian (BPS, 2018, p. 65). Peneliti mengambil sampel pada wilayah Tangerang Kota karena termasuk dalam kategori wilayah urban dan sebagian besar masyarakat Tangerang Kota kini dapat mengakses internet sehingga memudahkan khalayak dalam mencari informasi di media *online*.

Peneliti melakukan penelitian pada generasi milenial yang berusia 19-39 tahun. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJI, yaitu tentang penggunaan internet dalam memperoleh informasi yang kini didominasi oleh generasi milenial dengan usia 19-39 tahun (*kumparan.com*, 2018, para. 3).

Pada keterangan di atas, dapat disimpulkan bahwa peneliti memilih untuk melakukan penelitian dengan mengambil dari jumlah populasi pembaca berita *online* di Indonesia, yaitu sebanyak 50.700.000 orang yang didominasi oleh generasi milenial di wilayah urban. Generasi milenial yang berada di wilayah urban yang dimaksudkan dalam penelitian adalah pembaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *kompas.com* dengan rentang

usia 19-39 tahun berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu Tangerang Kota/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). Menurut Bryman, pemilihan sampel dapat berupa *probability* dan *non-probability* (Bryman, 2012, p. 187).

Penelitian ini menggunakan rumus Slovin pada pengambilan sampelnya. Menurut Abidin, apabila jumlah populasi yang akan diteliti jumlahnya terlalu besar serta wilayahnya terlalu luas, 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 dijangkau oleh peneliti sehingga penelitian semakin efisien. Rumus slovin memberikan kebebasan kepada peneliti untuk menentukan batas toleransi kesalahan (Abidin, 2015, p. 286 - 288).

Dapat dilihat di bawah ini adalah rumus Slovin.

Rumus Slovin:

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

Keterangan rumus:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransikesalahan

Rumus Slovin memberikan kebebasan dalam menentukan batas toleransi kesalahan, penelitian menggunakan batas toleransi kesalahan sebesar 5%. Maka, batas toleransi tersebut, jumlah sampel pada penelitian ini, sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{50.700.000}{1 + 50.700.000} \\ &= \frac{50.700.000}{1 + 126,751} \\ &= \frac{50.700.000}{126,751} \\ &= 399,996 \approx 400 \end{aligned}$$

Dengan ini, penelitian ini membutuhkan responden sebanyak 400 orang generasi milenial dengan kriteria usia 19 – 39 tahun yang pernah

membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di *Kompas.com* dan berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu Tangerang Kota/Raya.

Rancangan sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu *nonprobability sampling* yang berarti teknik pada pengambilan sampelnya tidak memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur serta anggota populasi yang akan dipilih untuk menjadi sampel (Sugiyono, 2010, p. 66). Teknik sampel ini menggunakan tipe *purposive sampling*. *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan mempertimbangkan hal tertentu yang dianggap relevan atau dapat mewakili objek yang akan diteliti oleh peneliti (Effendi & Tukiran, 2012, p. 172). Pertimbangan yang dimaksudkan pada konteks penelitian saat ini adalah responden yang memiliki kriteria tertentu yang mewakili objek penelitian. Misalnya, penelitian ini yaitu, generasi milenial yang berusia 19 – 39 tahun dan tinggal di wilayah Tangerang Kota/Raya serta pernah membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com*.

Peneliti akan melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan khalayak generasi milenial terhadap berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di *Kompas.com*, maka sampel sumber datanya adalah dari jumlah populasi pembaca berita *online* di Indonesia dengan sampel generasi milenial berusia 19 – 39 tahun yang pernah membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com*. Dengan ini, peneliti menyebarkan kuesioner berupa *Google Form* melalui *group chat* di aplikasi WhatsApp, dan Line. Peneliti juga akan membagikan *insta story* di *Instagram*, *story* WhatsApp

yang berisi beberapa karakteristik seperti generasi milenial yang pernah membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di *Kompas.com*, dengan usia 19 – 39 tahun, dan berdomisili di wilayah urban/perkotaan, yaitu Tangerang Kota/Raya.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang akan digunakan pada penelitian ini, yaitu tentang tingkat kepuasan khalayak terhadap berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com*. Penelitian ini mendeskripsikan seberapa puaskah khalayak generasi milenial terhadap berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* berdasarkan konsep *Gratification Discrepancy* (Kesenjangan Kepuasan) oleh Palmgreen yang di dalamnya terdapat konsep *Gratification Sought* (Kepuasan yang dicari) dan *Gratification Obtained* (Kepuasan yang diperoleh). Menurut Palmgreen (Palmgreen, et. al., 1980, p. 169 - 170), dimensi *Gratification Sought* (kepuasan yang dicari) dan dimensi *Gratification Obtained* (kepuasan yang diperoleh) terdiri dari lima hal, yaitu sebagai berikut :

- *General Information Seeking* (Mencari Informasi Umum).
- 1. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk tetap *up to date* dengan isu dan peristiwa terkini.
- 2. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk mengetahui isu dan peristiwa terkini dengan cepat dan tepat.
- 3. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk membaca informasi yang panjang dan lebih ringkas.

4. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk memahami informasi yang rumit menjadi lebih mudah dipahami.
5. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk mempercayai informasi yang diberikan melalui grafis yang ditampilkan.
- *Decisional Utility* (Kegunaan Keputusan)
6. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk membantu dalam mengambil keputusan mengenai isu penting.
7. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk mengetahui isu yang berdampak pada diri sendiri.
- *Entertainment* (Hiburan)
8. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk mengisi waktu luang.
9. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* karena informasi dikemas lebih menarik.
- *Interpersonal Utility* (Kegunaan Pribadi)
10. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk berbagi sudut pandang saya dengan orang lain tentang informasi yang diperoleh.
11. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk berbagi informasi dengan orang lain.

12. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk memberikan informasi yang menarik untuk dibicarakan dengan orang lain.
- *Parasocial Interaction* (Interaksi Parasosial)
13. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* karena informasi yang disajikan menarik dan berkualitas.
14. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* untuk membandingkan pendapat saya tentang isu atau peristiwa dengan narasumber dalam berita terkait.
15. Saya membaca berita visual interaktif *storytelling* (VIK) di media *Kompas.com* karena pembuat beritanya orang yang saya kenal.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel *Gratification Sought* (GS)

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Indikator
Kepuasan yang dicari khalayak sebelum membaca berita visual interaktif <i>storytelling</i> (VIK) di <i>kompas.com</i>	Motif Mencari Informasi Umum (<i>General Information Seeking</i>)	Pembaca dikatakan memiliki motif mencari informasi umum apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif <i>storytelling</i> di media <i>kompas.com</i> untuk: <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 	1. 2.

		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat membaca informasi yang panjang dan lebih ringkas • Dapat memahami informasi yang rumit menjadi lebih mudah dipahami • Dapat mempercayai informasi yang diberikan melalui grafis yang ditampilkan 	<p>3.</p> <p>4.</p> <p>5.</p>
	Motif Kegunaan Keputusan (<i>Decisional Utility</i>)	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif kegunaan keputusan apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat membantu mengambil keputusan mengenai isu penting • Dapat mengetahui isu yang berdampak pada diri sendiri 	<p>6.</p> <p>7.</p>
	Motif Hiburan (<i>Entertainment</i>)	<p>Pembaca dikatakan memiliki motif hiburan apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengisi waktu luang • Dapat membaca informasi yang dikemas lebih menarik 	<p>8.</p> <p>9.</p>
	Motif Kegunaan Pribadi (<i>Interpersonal Utility</i>)	<p>Pembaca dikatan memiliki motif kegunaan pribadi apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif</p>	

		<p>storytelling di media kompas.com 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 	<p>10.</p> <p>11.</p> <p>12.</p>
	<p>Motif Interaksi Parasosial (<i>Parasocial Interaction</i>)</p>	<p>Pembaca dapat dikatakan memiliki motif interaksi parasosial apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat membaca informasi yang disajikan secara menarik dan berkualitas • Dapat membandingkan pendapat saya tentang isu atau peristiwa dengan narasumber dalam berita terkait. • Dapat membuat saya membaca berita karena pembuat beritanya orang yang saya kenal. 	<p>13.</p> <p>14.</p> <p>15.</p>

Sumber: Data Olahan Penulis, 2020

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel *Gratification Obtained* (GO)

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Indikator
Kepuasan yang dicari khalayak setelah membaca berita visual interaktif storytelling (VIK) di kompas.com	Kepuasan Mencari Informasi Umum (<i>General Information Seeking</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan mencari informasi umum apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com untuk:	16.
			17.
			18.
			19.
			20.
			20.
	Kepuasan Kegunaan Keputusan (<i>Decisional Utility</i>)	Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan kegunaan keputusan apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com untuk:	21.
			22.

		<ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengetahui isu yang berdampak pada diri sendiri 	
	Kepuasan Hiburan (<i>Entertainment</i>)	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan hiburan apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com untuk:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dapat mengisi waktu luang • Dapat membaca informasi yang dikemas lebih menarik 	<p>23.</p> <p>24.</p>
	Kepuasan Kegunaan Pribadi (<i>Interpersonal Utility</i>)	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan kegunaan pribadi apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual interaktif storytelling di media kompas.com 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 	<p>25.</p> <p>26.</p> <p>27.</p>
	Motif Interaksi Parasosial (<i>Parasocial Interaction</i>)	<p>Pembaca dikatakan mendapatkan kepuasan interaksi parasosial apabila keinginan mereka dalam membaca berita visual</p>	

		interaktif storytelling di media kompas.com untuk:	
		<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 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: Data Olahan Penulis, 2020

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini melalui wawancara atau kuesioner yang dibagikan kepada responden yang sesuai dengan hasil penelitian (Sugiyono, 2014, p. 35). Teknik pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu melakukan survei dengan cara membagikan kuesioner kepada khalayak secara *online*. Kuesioner *online* disebarakan melalui pertanyaan dalam *Google Form*. Survei berbasis web (*Goole Form*) digunakan karena dianggap cepat dan murah.

Google Form juga dapat menjangkau wilayah yang luas, serta pertanyaan dan responden yang banyak dengan cepat (Neuman, 2014, p. 214 – 215).

Survei berbasis web dilakukan dengan cara meminta responden mengunjungi tautan 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). Kekurangan dari kuesioner jenis ini yaitu tidak ada kontrol yang menunjukkan keseriusan responden dalam mengisi kuesioner.

Penelitian ini menggunakan pertanyaan jenis *Closed Question* (pertanyaan tertutup). Karakteristik pada butir pertanyaan penelitian ini adalah semua pilihan jawaban dari pertanyaan kuesioner telah ditentukan oleh peneliti dan responden tidak diperkenankan memberikan jawaban selain pilihan jawaban yang sudah ditentukan (Effendi & Tukiran, 2017, p. 184). Dapat dikatakan bahwa responden hanya diperbolehkan memilih jawaban yang sesuai dengan realitas yang dialami oleh responden (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).

Peneliti menggunakan 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 konsisten, yaitu “ya” dan “tidak” atau “setuju” atau “tidak setuju”. Sementara, dengan skala Likert, responden diminta untuk menentukan sikap terhadap objek dimulai dari pilihan sangat negatif sampai dengan sangat positif. Skala Likert akan menghasilkan jawaban yang memiliki gradasi pilihan jawabannya dari

sangat negatif sampai sangat positif atau sebaliknya (Widoyoko, 2012, p.102 - 117).

Penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap responden pada variabel “Tingkat Kepuasan Khalayak”, dengan menggunakan empat pilihan yang memiliki variabilitas respons lebih baik atau lebih lengkap dibandingkan skala tiga sehingga mampu mengungkapkan lebih maksimal perbedaan sikap responden. Selain itu, responden tidak memiliki peluang untuk bersikap netral sehingga memaksa responden untuk menentukan sikap tegas terhadap fenomena sosial yang ditanyakan dalam instrumen (Widoyoko, 2012, p.106). Pada respons skala empat yang dimaksud terdiri 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, jika memiliki kesamaan antara data yang diperoleh dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Artinya, suatu ukuran menunjukkan bahwa variabel yang diukur benar-benar variabel yang akan diteliti. Hasil pengukuran dapat dianggap reliabel, apabila memiliki 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, peneliti perlu melakukan uji validitas dan uji reabilitas terlebih dahulu. Uji validitas dan realibilitas 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). Uji validitas dan reliabilitas sangat diperlukan untuk mendapatkan hasil penelitian yang akurat.

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu ukuran untuk menunjukkan sejauh mana instrumen pengukur mampu mengukur apa yang akan diukur (Kurniawan, 2011, p.49). Uji validitas digunakan untuk melihat bagaimana definisi dari setiap operasional variabel saling berhubungan atau bertautan (Neuman, 2014, p.144). Jika instrumen dianggap valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mengukur data valid. (Sugiyono, 2010, p. 348).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan validitas internal karena kriteria dalam instrumen secara teoritis telah mencerminkan apa yang diukur sehingga validitas internal instrumennya dapat 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 40 orang responden, karena peneliti mengambil 10% dari hasil sampel yang sudah ditentukan. Dalam menghitung validitas pertanyaan, dilakukan dengan mengorelasikan skor pada setiap butir pertanyaan terhadap total skor. Analisis pada setiap butir pertanyaan ini dilakukan dengan menghitung skor butir variabel menggunakan rumus *Pearson Corelation* (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. Pada analisis berikutnya peneliti melakukan hal yang serupa dari butir - butir instrumen yang dianggap valid, kemudian butir instrumen yang dianggap tidak valid akan digantikan atau dikeluarkan dari analisis berikutnya (Widoyoko, 2012, p. 150).

Setelah melakukan uji validitas kepada 40 responden, hasil uji GS dan GO dari total 30 pertanyaan yang diberikan kepada 40 responden dapat dianggap valid, karena setiap nilai dari butir pertanyaan $> 0,312$ sehingga tidak ada butir pertanyaan yang harus digantikan atau dihilangkan pada analisis berikutnya.

Tabel 3.3 Nilai r hitung dan r tabel hasil Uji Validitas *Gratification Sought* (GS)

Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan Hasil
X.1	0,761	0,312	Valid
X.2	0,855	0,312	Valid
X.3	0,529	0,312	Valid
X.4	0,582	0,312	Valid
X.5	0,632	0,312	Valid
X.6	0,626	0,312	Valid
X.7	0,707	0,312	Valid
X.8	0,647	0,312	Valid
X.9	0,643	0,312	Valid
X.10	0,720	0,312	Valid
X.11	0,700	0,312	Valid
X.12	0,667	0,312	Valid
X.13	0,514	0,312	Valid
X.14	0,599	0,312	Valid
X.15	0,687	0,312	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS, 2020

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

Nomor Item	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan Hasil
X.16	0,794	0,312	Valid
X.17	0,706	0,312	Valid
X.18	0,740	0,312	Valid
X.19	0,624	0,312	Valid
X.20	0,585	0,312	Valid
X.21	0,797	0,312	Valid
X.22	0,619	0,312	Valid
X.23	0,719	0,312	Valid
X.24	0,524	0,312	Valid
X.25	0,804	0,312	Valid
X.26	0,722	0,312	Valid
X.27	0,704	0,312	Valid
X.28	0,530	0,312	Valid
X.29	0,678	0,312	Valid
X.30	0,674	0,312	Valid

Sumber: Olahan Data SPSS, 2020

Interpretasi table r hitung dan r table di atas menyatakan bahwa nilai dari setiap nomor item valid karena nilainya di atas dari 0,312.

Dapat dilihat dari nilai r hitung $>$ r tabel (tingkat signifikansi 0,05, $n = 40 - 2$, $df = 38$ yaitu, sebesar 0,312) (Kurniawan, 2011, p. 55).

3.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah indeks untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dikatakan valid 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 pada penelitian ini menggunakan 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 Ramadhaningtyas, 2008, p. 35).

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,887	15

Sumber: Olahan Data SPSS, 2020

Hasil uji reliabilitas GS pada tabel di atas dikatakan reliabel atau bisa diandalkan karena nilai koefisien Alpha Cronbach $> 0,6$ yaitu 0,887.

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,909	15

Sumber: Oleh Data SPSS, 2020

Hasil uji reliabilitas GO pada tabel di atas dikatakan reliabel atau bisa diandalkan karena nilai koefisien Alpha Cronbach's $> 0,6$ yaitu 0,909.

3.7 Teknik Analisis Data

Sifat pada penelitian ini adalah deskriptif. Hal ini berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan 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).

Pada 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).

Mean, Median, dan Modus merupakan salah satu teknik statistik yang digunakan untuk menjelaskan kelompok, yang didasarkan atas *Tendency Central* (Gejala Pusat) dari kelompok tertentu. Dapat dikatakan, dari ketiga macam teknik tersebut, ukuran gejala pusatnya berbeda – beda (Sugiyono, 2007, p. 40). Modus adalah jumlah nilai yang paling banyak muncul pada distribusi data. Median adalah jumlah nilai tengah dari distribusi nilai, dengan mengurutkan dari nilai yang terbesar hingga 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 juga dapat dihitung dengan rumus yang ada di bawah ini: (Sugiyono, 2007, p. 45 - 47).

Rumus Modus:

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

Keterangan Rumus:

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 berikutnya

Rumus Median:

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

Keterangan Rumus:

Md = Median

b = Batas bawah dimana median akan terletak

n = Banyak data / jumlah sampel

F = Jumlah semua frekuensi sebelum klas median

f = Frekuensi klas median

Rumus Mean:

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

Keterangan Rumus:

Me = Mean

f_i = Jumlah data/ sampel f_i = Produk perkalian antara f_i pada tiap interval tanda klas (x_i).

Tanda klas x_i adalah rata-rata dari bawah dan batas pada setiap interval data

Kemudian, untuk mengetahui kepuasan khalayak dalam membaca berita visual interaktif *storytelling* di media *Kompas.com*,

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 perbedaan 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 negative 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, dapat disimpulkan bahwa media tersebut semakin tidak memuaskan khalayaknya. Hal tersebut berlaku sebaliknya, apabila kesenjangan nilai GS dan GO semakin kecil, media tersebut semakin dapat memuaskan khalayaknya (Palmgreen & Rayburn, 1982, p. 337).

3.8 Uji Normalitas

Uji normalitas merupakan uji mengenai normal atau tidaknya distribusi variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah variabel pada data yang diperoleh dapat berdistribusi dengan normal atau tidak normal. Jika ditemukan data berdistribusi dengan normal, peneliti akan menggunakan

uji *paired sample t-test* untuk mengetahui apakah ada kesenjangan kepuasan dari hasil GS dan GO. Namun, jika ditemukan bahwa adanya data yang berdistribusi tidak normal, peneliti menggunakan uji *wilcoxon signed ranks test* untuk mendapatkan hasil akhir dari data yang diperoleh.

3.8.1 Uji Paired Sample T-Test

Menurut Singgih (2014) *uji paired sample t-test* merupakan salah satu bagian dari uji hipotesis komparatif atau uji perbandingan. Data yang digunakan dalam *uji paired sample t-test* umumnya berupa data berskala interval atau rasio (data kuantitatif). *Uji paired sample t-test* bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan rata-rata dua sampel (dua kelompok) yang saling berpasangan atau berhubungan (dalam spssindonesia.com, 2016, para. 2). Tujuan pada penelitian ini yaitu, untuk mengetahui perbandingan antara GS (kepuasan yang dicari) dan GO (kepuasan yang diperoleh) untuk mengetahui apakah ada kesenjangan kepuasan (*gratification discrepancy*).

Uji sample paired t-test merupakan bagian dari analisis statistik parametrik. Aturan dasar dalam melakukan analisis statistik parametrik yaitu, data yang diperoleh harus berdistribusi dengan normal. Sebelum mengetahui apakah sebuah data berdistribusi dengan normal atau tidak, penelitian perlu melakukan uji normalitas.

Jika terdapat data yang berdistribusi tidak normal, data tersebut dianggap tidak memenuhi syarat dalam pengujian statistik

parametrik. Berbeda dengan *uji wilcoxon signed ranks test*, metode ini merupakan bagian dari metode statistik nonparametrik sehingga *uji Wilcoxon signed ranks test* menjadi salah satu cara alternatif jika data pada penelitian tersebut berdistribusi tidak normal. (spssindonesia.com, 2016, para. 1).

3.8.2 Uji Wilcoxon Signed Rank Test

Uji Wilcoxon Signed Ranks Test merupakan salah satu uji nonparametrik dalam mengetahui perbedaan antara dua sampel independent dan dependen yang berpasangan atau berkaitan. *Uji Wilcoxon Signed Ranks Test* menjadi salah satu alternatif dalam menguji data yang berdistribusi tidak normal (Triwiyanti, 2019. P. 1).

Dasar pengambilan keputusan yang perlu diperhatikan dalam melakukan *uji wilcoxon signed ranks test* (spssindonesia.com, 2016, para. 17), yaitu:

1. Jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih kecil dari $< 0,05$ maka H_a diterima.
2. Sebaliknya, jika nilai Asymp.Sig. (2-tailed) lebih besar dari $> 0,05$ maka H_a ditolak.