

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis dan sifat penelitian ini menggunakan kuantitatif dengan pendekatan komparatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menggambarkan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Penelitian ini mementingkan aspek keluasan data dan hasil penelitian merupakan representasi dari populasi (Kriyantono, 2012). Pendekatan kuantitatif mempunyai ciri-ciri salah satunya adalah penelitian kuantitatif dilakukan dengan menggunakan rancangan yang terstruktur, formal, dan spesifik serta mempunyai rancangan operasional yang mendetail. Di dalam penelitian dengan jenis kuantitatif penulis harus menulis penelitian dengan sifat yang objektif, di dalam data penelitian penulis tidak diperbolehkan untuk menulis interpretasi pribadi yang bersifat subjektif (Kriyantono, 2012).

Setiap penelitian kuantitatif haruslah melangkah dengan persiapan operasional yang matang. Ini berarti dalam rancangan itu telah terdapat antara lain masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, kegunaan penelitian, studi kepustakaan, jenis instrumen, populasi dan sampel, serta teknik analisis yang digunakan. Semua itu diungkapkan dengan jelas dan benar menurut ketentuan yang berlaku dan telah disepakati (Yusuf, 2016).

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah survei. Survei adalah sebuah metode riset yang menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data (Kriyantono, 2006). Penelitian ini dilakukan untuk melihat tingkat kepuasan dari khalayak terhadap *podcast* dari *Kompas.com* dan *Tempo* sebagai sumber informasi. Penelitian ini butuh mengukur motif dari khalayak yang pernah mendengarkan *podcast* milik *Kompas.com* dan juga *Tempo*. Peneliti menggunakan metode ini karena sesuai untuk menggambarkan tingkat kepuasan dari khalayak terhadap kedua *podcast* tersebut.

Menurut Sukmadinata (2008), survei memiliki tiga karakteristik utama didalamnya, antara lain:

1. Data informasi yang dikumpulkan bertujuan mendeskripsikan berbagai aspek dan karakter yang mencakup pengetahuan, sikap, kepercayaan, dan kemampuan dari populasi.
2. Data yang diperoleh berasal dari pengajuan pertanyaan (melalui verbal atau non verbal) dari khalayak.
3. Data yang diperoleh dari sampel bukan dari populasi.

Penelitian yang dilakukan guna untuk mengukur tingkat kepuasan dari pendengar yang menggunakan *podcast Kompas.com* dan *Tempo*. Adapun motif yang dibutuhkan untuk mengukur tingkat kepuasan dari khalayak pada penelitian ini yaitu, identitas dari khalayak, informasi, hiburan, dan juga integrasi dan interaksi sosial. Penelitian ini juga menggunakan metode survei yang bersifat

deskriptif. Jenis survei deskriptif sendiri digunakan untuk menggambarkan dan mendeskripsikan populasi yang diteliti (Kriyantono, 2006, p. 59).

3.3 Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2017). Sedangkan sampel merupakan bagian dari karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2017). Sampel termasuk bagian daripada sebuah populasi. Dalam pengambilan sampel harus menggunakan cara tertentu yang didasarkan oleh pertimbangan yang ada.

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat yang mendengarkan *podcast*. Rentan usia dari populasi ini dari 18-35 tahun. Populasi yang dipakai oleh peneliti adalah khalayak yang mengkonsumsi kedua platform tersebut menjadi sumber informasi bagi khalayak. Populasi yang digunakan akan diberikan pertanyaan berupa survei yang akan menjawab tingkat kepuasan khalayak dalam mengkonsumsi berita melalui *podcast*.

Populasi tersebut dipilih berdasarkan dari banyaknya pengguna internet di Indonesia. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII pada 2020, rentan usia 18-24 tahun yang menggunakan internet sebanyak 8,22% dan rentan usia 25-35 tahun sebanyak 8,12%. Maka dari itu peneliti memilih responden dengan usia rentan 18-35 tahun yang mana memiliki persentase lebih tinggi dibandingkan usia lainnya. Total pengguna internet sendiri di Indonesia mencapai 196.71 juta jiwa

dari total populasi sebanyak 266.91 juta jiwa. Wilayah yang penduduknya paling banyak menggunakan internet terdapat di pulau Jawa yakni sebanyak 56,4%.

Pada penelitian ini tidak diketahui jumlah populasi dari pendengar *Podcast* dari *Kompas.com* dan *Tempo*. Penelitian maka dari itu peneliti menggunakan rumus Lemeshow untuk mengetahui jumlah sampel yang tidak diketahui populasinya dengan menggunakan tingkat kepercayaan sebesar 95% dan tingkat *error* sebesar 5% maka jumlah sampel yang digunakan pada *Kompas.com* dan *Tempo* sebanyak berikut ini menggunakan rumus Lemeshow (1991):

$$n = \frac{Z\alpha^2 \times P \times Q}{L^2}$$

yang mana:

n= Jumlah sampel yang dibutuhkan

Z= Skor Z pada kepercayaan 95%=1.96

P= Maksimal estimasi, karena data belum didapat , maka dipakai 50% atau 0,5

Q=1-P

L= *sampling error*= 10% (0,1)

Berdasarkan rumus di atas, didapatkan hasil sebagai berikut:

$$n = \frac{1.96^2 \times 0,5 \times 0,5}{0,1^2} = \frac{0,9604}{0,01} = 96,04$$

Berdasarkan hasil yang sudah ditemukan menggunakan rumus Lameshow, jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 96,04 dari masing-masing kelompok dna peneliti genapkan menjadi 100 sampel pada setiap kelompok. Untuk memilih sampel sendiri, peneliti menggunakan *non-probability sampling*. *Non-probability sampling* sendiri adalah teknik untuk mengambil sampel yang mana tidak semua

anggota populasi memiliki peluang atau kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Sugiyono, 2017, p. 84). Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* untuk menentukan responden yang sesuai dengan kriteria yang peneliti tentukan. Kriteria tersebut merupakan khalayak yang mengkonsumsi *podcast* dari *Kompas.com* dan *Tempo* sebagai sumber informasi mereka. Di dalam kuesioner, terdapat pernyataan bahwa pendengar pernah atau sering mendengarkan *podcast* dari kedua media yang mana hanya khalayak yang pernah atau sering mendengarkan *podcast* kedua media tersebut yang bisa mengisi kuesioner. Pada saat membagikan kuesioner, peneliti menanyakan terlebih dahulu terhadap calon sampel bahwa mereka beberapa kali mendengarkan *podcast* kedua media untuk memastikan bahwa responden tersebut tepat untuk dijadikan sampel.

3.4 Operasional Variabel

Indikator dan dimensi yang diperoleh merupakan hasil dari uraian yang didapat dari penelitian sebelumnya yang menggunakan *podcast uses and gratifications scale development* sebagai berikut ini.

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Faktor 1 <i>Controlling Edutainment</i>	Faktor 2 <i>Storytelling Transportation</i>	Faktor 3 Keterlibatan Sosial	Faktor 4 Multitasking
1. Saya bisa belajar sesuatu yang baru di <i>podcast</i> .	8. Saya dapat mengimajinasikan cerita melalui <i>podcast</i> ketika saya mendengarkannya.	13. Saya menggunakan media sosial untuk merekomendasikan <i>podcast</i> ke orang lain.	16. Saya biasanya menyelesaikan beberapa tugas secara bersamaan.
2. Saya dapat belajar untuk diri sendiri ketika mendengarkan <i>podcast</i> .	9. Ketika saya mendengarkan cerita <i>feature</i> pada <i>podcast</i> waktu berlalu dengan cepat.	14. Saya menggunakan media sosial untuk mendiskusikan <i>podcast</i> dengan teman saya.	17. Saya biasanya disibukan dengan beberapa hal secara bersamaan.
3. Saya dapat memperluas pemikiran saya dari <i>podcast</i> .	10. <i>Podcast</i> membuat waktu berlalu dengan cepat	15. Saya berdiskusi dengan pendengar lain tentang <i>podcast</i> yang saya dengarkan.	18. Saya suka melakukan beberapa hal secara bersamaan.
4. Saya dapat mendengarkan <i>podcast</i> yang saya mau ketika saya menginginkannya.	11. <i>Podcast</i> memungkinkan saya mengonsumsi konten atau novel baru yang tidak ada di media lain.		
5. <i>Podcast</i> menyediakan hiburan di waktu yang sesuai untuk saya.	12. Saya suka mendengarkan pengalaman orang lain yang berbeda dengan saya		
6. <i>Podcast</i> dapat menghibur saya.			
7. saya suka mempelajari pengalaman orang lain melalui <i>podcast</i> .			

Sumber: Perks, Turner, & Tollison, (2019, p. 10)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian, teknik pengumpulan data harus tepat dan merupakan hal penting bagi keberhasilan penelitian. Peneliti perlu melakukan berbagai tahapan agar data yang dibutuhkan dapat terkumpul. Berikut merupakan macam-macam teknik pengumpulan data menurut Kriyantono, di antaranya:

1. Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama. Dalam analisis isi kuantitatif, yang menjadi data primer adalah isi komunikasi yang diteliti dan sumber datanya berupa dokumentasi dari sebuah media.

2. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua. Data ini juga dapat diperoleh dari data primer penelitian terdahulu yang telah diolah lebih lanjut menjadi bentuk-bentuk lain sehingga menjadi informatif bagi peneliti. Data sekunder ini juga bersifat melengkapi data primer dan membantu peneliti bila data primer terbatas atau sulit diperoleh.

Untuk penelitian data primer, peneliti menggunakan teknik survei dengan cara menyebarkan kuesioner secara *online* kepada sampel yang ditentukan. Kuesioner sendiri merupakan teknik pengumpulan data yang berisikan pertanyaan tertulis kepada responden yang nantinya akan dijawab (Sugiyono, 2017). Alasan peneliti memilih teknik survei dengan kuesioner ini karena dengan kuesioner peneliti dapat dengan efektif memberikan pertanyaan serta memudahkan responden dalam menjawab. Penyebaran survei bisa dilakukan melalui *Google form* untuk meminimalisir peneliti dalam bertemu banyak orang di masa pandemi. Hasil dari kuesioner ini akan menjadi sumber data yang digunakan untuk penelitian.

Untuk mengukur nilai dari setiap pertanyaan, peneliti menyusun skala yang digunakan untuk mengukur jawaban dari responden. Dengan masing-masing skor sebagai berikut:

- Sangat setuju (SS) : 5
- Setuju (S) : 4
- Ragu-ragu (RR) : 3
- Tidak setuju (TS) : 2
- Sangat tidak setuju (STS) : 1

3.6 Teknik Pengukuran Data

3.6.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Jika instrumen yang digunakan valid, artinya alat ukur untuk mendapatkan data tersebut juga valid. Jika valid, instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur hasil dari data yang diperoleh (Sugiyono, 2017). Untuk mengukur data dalam penelitian ini menggunakan skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai fenomena sosial (Sugiyono, 2017). Variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi indikator menggunakan skala Likert. Hasil dari indikator tersebut akan digunakan sebagai titik tolak untuk menyusun item dari instrumen yang dapat berupa pertanyaan.

Peneliti menggunakan uji validitas *pearson product moment* untuk melihat validitas dari instrumen yang digunakan pada item pertanyaan. Peneliti menggunakan masing-masing kelompok dari pendengar *Kompas.com* dan *Tempo* sebanyak 30 responden untuk menguji validitas dari item pertanyaan dengan menggunakan r tabel pada taraf signifikansi 5%. Jika koefisien korelasi menunjukkan nilai minimal 0,361, maka instrumen pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas pada pendengar *Tempo* dengan menggunakan 18 item pertanyaan yang diuji. Hasil dari uji validitas yang dilakukan pada kelompok pendengar *Tempo* dapat dinyatakan bahwa semua instrumen pertanyaan yang digunakan Valid.

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas pendengar *Tempo*

No Item pertanyaan	r hitung	r tabel 5% (30)	Sig	validitas
1	0,799	0,361	000	Valid
2	0,672	0,361	000	Valid
3	0,741	0,361	000	Valid
4	0,860	0,361	000	Valid
5	0,833	0,361	000	Valid
6	0,755	0,361	000	Valid
7	0,877	0,361	000	Valid
8	0,675	0,361	000	Valid
9	0,724	0,361	000	Valid
10	0,729	0,361	000	Valid
11	0,728	0,361	000	Valid
12	0,677	0,361	000	Valid
13	0,630	0,361	000	Valid
14	0,761	0,361	000	Valid
15	0,531	0,361	000	Valid
16	0,628	0,361	000	Valid
17	0,676	0,361	000	Valid
18	0,604	0,361	000	Valid

Sedangkan berikut ini merupakan hasil uji validitas yang dilakukan pada kelompok pendengar *Kompas.com* dengan jumlah responden yang sama yakni 30

orang. Instrumen atau pertanyaan pada kuesioner kelompok *Kompas.com* juga memiliki 18 item instrumen yang sama dengan pendengar *Tempo*.

Tabel 3.3 hasil Uji Validitas pendengar *Kompas.com*

No Item pertanyaan	r hitung	r tabel 5% (30)	Sig	validitas
1	0,702	0,361	000	Valid
2	0,781	0,361	000	Valid
3	0,661	0,361	000	Valid
4	0,806	0,361	000	Valid
5	0,709	0,361	000	Valid
6	0,814	0,361	000	Valid
7	0,831	0,361	000	Valid
8	0,696	0,361	000	Valid
9	0,821	0,361	000	Valid
10	0,911	0,361	000	Valid
11	0,905	0,361	000	Valid
12	0,859	0,361	000	Valid
13	0,870	0,361	000	Valid
14	0,857	0,361	000	Valid
15	0,893	0,361	000	Valid
16	0,889	0,361	000	Valid
17	0,823	0,361	000	Valid
18	0,777	0,361	000	Valid

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, kemudian dilakukan uji reliabilitas. Instrumen yang reliabel merupakan instrumen yang bisa digunakan berulang kali untuk mengukur objek yang sama dan akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2017). Kuesioner dapat dikatakan *reliable* atau handal jika jawaban seseorang konsisten dari waktu ke waktu (Ghozali, 2013, p. 45). Untuk menguji instrumen reliabilitas, peneliti menggunakan metode *Alpha Cronbach*. Menurut Ghozali (2013, p. 12), Instrumen dapat dikatakan konsisten apabila sudah terbukti dengan menguji instrumen tersebut dengan indikator nilai *Alpha Cronbach* $>0,6$. Maka jika nilai *Alpha Cronbach* lebih dari 60% atau 0,6 indikator atau instrumen tersebut dapat dikatakan *reliable*.

Tabel hasil uji relibilitas pendengar *Tempo*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,942	18

Dari hasil yang sudah diuji dengan 18 instrument, nilai dari *Cronbach's Alpha* sebesar 0,942 yang artinya lebih dari 0,6 maka dapat dikatakan instrumen pada pendengar *podcast Tempo* *reliable*.

Tabel hasil uji reliabilitas pendengar *Kompas.com*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,969	18

Dari hasil yang sudah diuji menggunakan 18 instrumen yang sama dengan pendengar *Tempo*, nilai dari *Alpha Cronbach* pada pendengar *Kompas.com* sebesar $0,969 > 0,6$. Artinya instrumen yang digunakan pada *Kompas.com* juga dapat dikatakan *reliable*.

3.7 Teknik Analisis Data

Untuk mengetahui kepuasan dari khalayak dalam mendengarkan *podcast* atau membaca media *online*, peneliti melakukan analisis dengan cara melakukan perbandingan. Untuk melihat adanya perbedaan dari hasil nilai jawaban tiap responden dan menjawab hipotesis penelitian, peneliti menggunakan uji *Mann-Whitney*. Uji *Mann-Whitney* sendiri merupakan salah satu uji statistik nonparametrik (Yanti, 2007, p. 55). Uji *Mann-Whitney* digunakan untuk data yang berdistribusi tidak normal dan untuk melihat signifikansi perbedaan dari dua kelompok. Kelompok yang maksud yakni *Kompas.com* dan *Tempo*.

Setelah menemukan perbedaan yang dilakukan menggunakan Uji *Mann-Whitney* dilakukan perbandingan dari setiap item untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan dari masing-masing responden. Peneliti menggunakan item pernyataan *podcast uses and gratifications scale development* untuk menentukan tingkat kepuasan dari masing-masing responden. Untuk mengukur perbandingan, peneliti menggunakan nilai *mean* dan *standar deviasi* untuk melihat seberapa besar signifikansi perbedaan dari kedua kelompok seperti yang dianjurkan pada riset milik Perks, Turner, dan Tollison (2019) tentang *podcast uses and gratifications scale development*.