

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat dan Jenis Penelitian

Penelitian berjudul “Perbedaan Tingkat Kepuasan Audiens terhadap Konten Perubahan Iklim di Media Televisi dan Tiktok *Metro TV*” ini merupakan penelitian dengan jenis penelitian kuantitatif yang bersifat eksplanatif. Menurut Hermawan dan Yusran (2017, p. 5), metode penelitian kuantitatif adalah “Pendekatan penelitian yang bersifat objektif, yang mencakup pengumpulan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik.” Adapun penelitian kuantitatif menurut Kriyantono (2006, p. 55) adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu fenomena yang pada bagian hasilnya tidak dapat dipakai secara khusus atau hanya bersifat secara umum, tidak memerlukan kedalaman data tapi lebih berfokus pada aspek keluasan data sehingga hasil akan menjadi representasi dari seluruh populasi.

Sementara itu, penelitian ini bersifat eksplanatif, Kriyantono (2009, p. 68), menjelaskan bahwa sifat ini bertujuan untuk melihat sebab akibat antara dua variabel atau lebih dan juga untuk menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel dibutuhkan teori untuk menghasilkan dugaan awal (hipotesis) antara variabel satu dengan lainnya (Kriyantono, 2006, p. 69). Penelitian ini juga hendak menguji perbandingan tingkat kepuasan audiens terhadap isi konten media televisi dan Tiktok *Metro TV*.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode eksperimen. Menurut Rakhmat & Ibrahim (2017, p. 76), metode eksperimen digunakan untuk meneliti sebab akibat, di mana hasil akhirnya akan digunakan untuk membandingkan antara kelompok yang diberi perlakuan (kelompok eksperimen) dan tidak diberi perlakuan (kelompok kontrol). Dalam penelitian ini akan menggunakan metode eksperimen yang dilakukan secara *virtual*. Menurut Sugiyono (2018, p. 73), terdapat empat macam desain eksperimental yaitu *Pre-Experimental*, *True-Experimental*, *Factor Exsperimental* dan *Quasi Experimental*. Desain *pre-experimental* merupakan desain eksperimen yang dilakukan belum secara sesungguhnya, hal ini terjadi karena masih ada faktor lain yang mempengaruhinya (Sugiyono, 2018, p. 74). Lalu, desain *true eksperimental* merupakan eksperimen yang sesungguhnya. Hal ini terjadi karena desain ini dapat mengatur semua variabel luar yang mempengaruhi jalannya suatu eksperimen (Sugiyono, 2018, p. 75). Kemudian, desain *factor experimental* merupakan modifikasi dari desain *true-eksperimental*. Desain ini sangat memperhatikan kemungkinan adanya campur tangan atau variabel lain yang ikut mempengaruhi terhadap hasilnya (Sugiyono, 2018, p. 76). Sedangkan, desain *quasi eksperimental* merupakan pengembangan dari *true eksperimental* yang sangat sulit dilaksanakan. Desain ini memiliki kelompok kontrol, namun kelompok tersebut tidak bisa mengontrol sepenuhnya variabel yang mempengaruhi jalannya eksperimen (Sugiyono, 2018, p. 77)

Pada penelitian ini akan menggunakan desain *True-Eksperimental*. Menurut Sugiyono (2018, p. 75), *True-Eksperimental* terdapat dua macam, yaitu:

1. *Posttest Only Control Design* adalah desain yang memiliki dua kelompok dimana respondennya dipilih secara random. Kelompok pertama akan diberi perlakuan (eksperimen) dan kelompok lain tidak diberi perlakuan (kontrol).

2. *Pretest-Posttest Control Group Design* adalah desain yang memiliki dua kelompok yang respondennya dipilih secara random, kemudian kelompok tersebut diberi pretest untuk mengetahui keadaan awal atau situasi awal. Pretest tersebut digunakan untuk melihat adakah perbedaan antara kelompok eksperimen dan kontrol.

Dalam hal ini peneliti menggunakan desain *Pretest-Posttest Control Group Design*. Peneliti akan membaginya menjadi dua kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Kelompok eksperimen akan menonton konten berita dari media sosial Tiktok *Metro TV*, sedangkan kelompok kontrol akan menonton konten berita dari media televisi *Metro TV*.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek dengan kualitas dan karakteristik tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi bukan hanya soal jumlah yang ada dalam objek atau subjek yang diteliti, tetapi juga meliputi karakteristik dari objek atau subjek tersebut (Sugiyono, 2009, p. 61). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat DKI Jakarta. Peneliti memilih DKI Jakarta karena DKI Jakarta merupakan ibukota Indonesia dengan jumlah populasi terbanyak di Indonesia. Berdasarkan data

Direktorat Jenderal Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dukcapil) dan Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), penduduk DKI Jakarta berjumlah 11,25 juta jiwa per 30 Juni 2021. Jumlah tersebut setara dengan 4,13% dari total penduduk Indonesia yang mencapai 272,23 juta jiwa. Laporan Badan Statistik (BPS) dan Bappenas menyebutkan jumlah ini naik 0,7% dari tahun sebelumnya sebanyak 10,56 juta jiwa.

Gambar 3.1 Jumlah Penduduk DKI Jakarta

The screenshot shows the website of the Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. The main content area displays a table titled 'Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2018-2020'. The table is organized into columns for 'Laki-laki' and 'Perempuan', each with sub-columns for the years 2018, 2019, and 2020. A final column labeled 'Jumlah' provides the total population for each age group. The age groups listed are 0-4, 5-9, 10-14, 15-19, 20-24, 25-29, 30-34, 35-39, 40-44, 45-49, 50-54, 55-59, 60-64, and 65+.

Kelompok Umur	Laki-laki			Perempuan			Jumlah	
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2020
0-4	461.794	453.157	341.196	444.147	435.687	319.822	905.941	661.018
5-9	472.159	478.490	461.099	455.206	462.403	432.664	927.365	893.762
10-14	394.643	404.210	450.271	370.999	380.844	424.594	765.642	874.865
15-19	355.817	362.523	424.040	354.567	357.569	401.788	710.184	825.828
20-24	372.793	362.699	417.744	411.459	393.490	400.325	784.252	818.069
25-29	468.262	445.352	418.669	497.588	483.771	416.968	965.859	929.123
30-34	523.215	513.860	434.102	508.996	507.299	427.007	1.032.201	1.023.219
35-39	495.643	501.470	490.160	475.638	482.121	484.197	971.281	983.591
40-44	420.869	439.041	458.286	412.091	422.799	455.099	841.960	861.840
45-49	362.091	371.257	406.222	349.920	359.079	393.122	712.011	780.336
50-54	296.955	307.256	344.192	293.992	302.879	326.379	590.947	610.235
55-59	230.049	239.492	261.019	236.745	246.068	265.384	466.794	493.560
60-64	167.221	173.601	182.130	173.024	183.612	195.498	340.245	359.213
65+	214.379	220.911	245.843	238.577	254.708	284.460	452.955	493.619
Jumlah	5.244.690	5.285.321	5.934.781	5.222.939	5.272.499	5.227.307	10.467.629	10.562.088

Sumber: (Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta, 2021)

3.3.2 Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut yang merujuk pada semua ciri populasi dalam jumlah yang terbatas untuk masing-masing karakteristiknya (Yusuf, 2018, p. 150).

Teknik *sampling* yang akan digunakan adalah *non-probability sampling*. Teknik ini memberikan peluang yang sama pada tiap unsur dalam populasi untuk dapat dipilih menjadi sampel. Jenis dari teknik *non-*

probability sampling yang akan peneliti gunakan adalah *quota sampling*. Dalam penelitian ini, syarat dari *quota sampling* adalah Gen Z yang berdomisili di DKI Jakarta.

Menurut Roscoe dalam Sugiyono (2010, p.131) ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500. Maka dari itu, peneliti mengambil 60 responden dari total populasi penduduk DKI Jakarta yang dibagi menjadi 2 kelompok dengan masing-masing kelompok 30 responden sebagai syarat minimal.

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini digunakan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel yang berhubungan dengan penelitian ini (Neuman, 2014, p. 207).

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel Tingkat Kepuasan yang dicari audiens

(*Gratification Sought*)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan (Gunawan, 2016)
<p>Tingkat Kepuasan yang dicari audiens (<i>Gratification Sought</i>) terhadap isi konten media televisi <i>Metro TV</i>. (Kriyantono, 2006)</p>	Kepuasan mendapatkan informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena mendapatkan informasi. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena mendapatkan referensi tentang suatu kejadian/keadaan. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena melihat pendapat orang lain tentang suatu berita.
	Kepuasan memperoleh identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya dapat mengidentifikasi diri dari nilai dalam konten yang diproduksi. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya dapat lebih mengenal diri saya. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya dapat lebih memahami diri saya.
	Kepuasan integrasi dan interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya mendapat bahan percakapan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya merasa dimudahkan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media

		televisi Metro TV karena saya bisa berkomunikasi dengan orang lain.
	Kepuasan mendapatkan hiburan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya mendapatkan hiburan. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya mendapatkan kesenangan. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya dapat melepas stress. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV karena saya dapat menenangkan pikiran.
Tingkat Kepuasan yang dicari audiens (<i>Gratification Sought</i>) terhadap isi konten media sosial Tiktok Metro TV. (Kriyantono, 2006)	Kepuasan mendapatkan informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena mendapatkan informasi. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena mendapatkan referensi tentang suatu kejadian/keadaan. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena melihat pendapat orang lain tentang suatu berita.
	Kepuasan memperoleh identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam konten yang diproduksi. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya dapat lebih mengenal diri saya. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media

		sosial Tiktok Metro TV karena saya dapat lebih memahami diri saya.
	Kepuasan integrasi dan interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya mendapat bahan percakapan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya merasa dimudahkan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya bisa berkomunikasi dengan orang lain.
	Kepuasan mendapatkan hiburan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya mendapatkan hiburan. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya mendapatkan kesenangan. - Saya merasa puas mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV karena saya dapat melepas stress dan menenangkan pikiran.

Tabel 3.2 Operasionalisasi Variabel Tingkat Kepuasan yang didapat audiens
(*Gratification Obtained*)

Variabel	Indikator	Item Pernyataan (Gunawan, 2016)
	Kepuasan mendapatkan informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena mendapatkan informasi. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena

<p>Tingkat Kepuasan yang didapat audiens (<i>Gratification Obtained</i>) terhadap isi konten media televisi <i>Metro TV</i>. (Kriyantono, 2006)</p>		<p>mendapatkan referensi tentang suatu kejadian/keadaan.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena dapat melihat pendapat orang lain tentang suatu berita.
	<p>Kepuasan memperoleh identitas</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam konten yang diproduksi. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya dapat lebih mengenal diri saya. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya dapat lebih memahami diri saya.
	<p>Kepuasan integrasi dan interaksi sosial</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya mendapat bahan percakapan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya merasa dimudahkan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya bisa berkomunikasi dengan orang lain.

	Kepuasan mendapatkan hiburan	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya mendapatkan hiburan. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya mendapatkan kesenangan. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media televisi Metro TV saya merasa puas karena saya dapat melepas stress dan menenangkan pikiran.
Tingkat Kepuasan yang didapat audiens (<i>Gratification Obtained</i>) terhadap isi konten media sosial Tiktok Metro TV. (Kriyantono, 2006)	Kepuasan mendapatkan informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena mendapatkan informasi. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena mendapatkan referensi tentang suatu kejadian/keadaan. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena melihat pendapat orang lain tentang suatu berita.
	Kepuasan memperoleh identitas	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai dalam konten yang diproduksi. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya dapat lebih mengenal diri saya. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya dapat lebih memahami diri saya.

Kepuasan integrasi dan interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya mendapat bahan percakapan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya merasa dimudahkan untuk berinteraksi dengan orang lain. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya bisa berkomunikasi dengan orang lain.
Kepuasan mendapatkan hiburan	<ul style="list-style-type: none"> - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya mendapatkan hiburan. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya mendapatkan kesenangan. - Setelah mengonsumsi konten perubahan iklim di media sosial Tiktok Metro TV saya merasa puas karena saya dapat melepas stress dan menenangkan pikiran.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian mengenai “Perbedaan Tingkat Kepuasan Audiens terhadap konten Perubahan Iklim di media televisi dan media sosial Tiktok *Metro TV*”, dalam pengumpulan data menggunakan teknik pengambilan data kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi atau mengajukan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada para responden Herlina (2019, p. 1). Penggunaan metode kuesioner akan memudahkan responden

dalam memberikan jawaban yang akurat. Pengambilan data dengan cara kuesioner akan disebarluaskan secara daring dalam bentuk *Google Form*. Kuesioner secara daring dipilih oleh peneliti karena dianggap lebih efisien dan efektif. Selain itu, di masa pandemi ini kuesioner secara daring lebih disarankan karena dapat meminimalisir kontak langsung dengan responden (Nugroho, 2018, p. 25).

Skala pengukuran yang dipakai dalam penelitian ini, yaitu skala Likert. Menurut (Kriyantono, 2006, p. 136), skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Peneliti menggunakan lima butir skala dalam pilihan jawaban responden, yaitu Sangat Tidak Setuju (1); Tidak Setuju (2); Netral (3); Setuju (4); Sangat Setuju (5).

3.6 Teknik Pengukuran Data

Setelah mendapatkan data yang diperlukan peneliti dari semua responden, peneliti akan mengukur data yang didapatkan dan melakukan pengolahan data tersebut menjadi angka-angka yang akan peneliti olah melalui SPSS versi 25. Pengolahan data yang harus dilakukan terlebih dahulu adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas.

3.6.1 Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat keandalan suatu alat ukur. Validitas digunakan untuk mengukur kesesuaian antara konsep dengan indikator yang digunakan untuk mengukurnya (Unaradjan, 2013, p. 164).

Peneliti mengumpulkan 60 orang yang bersedia untuk mengikuti eksperimen yang dilakukan oleh peneliti. Peserta eksperimen mengikuti

eksperimen secara online melalui aplikasi Zoom. Ketika peserta sudah berkumpul dalam Zoom, kemudia peneliti membagi peserta menjadi 2 kelompok, kelompok eksperimen yaitu Tiktok *Metro TV* dan kelompok kontrol yaitu media televisi *Metro TV*.

Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik korelasi *Pearson*. Peneliti menggunakan Teknik *Pearson* karena teknik tersebut dapat menguji validitas instrumen dengan mengkorelasikan skor item variabel dengan skor total variabel. (Suliyono, 2010, p. 44). Hasil uji validitas pada instrumen dapat diketahui dengan cara membandingkan r tabel dan r hitung. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut dinyatakan *valid* dengan perbandingan taraf signifikansi sebesar $5\% = 0,553$.

UMMN

UNIVERSITAS

MULTIMEDIA

NUSANTARA

Tabel 3.3 Tabel Nilai r Product Moment

Tabel Nilai-nilai r Product Moment

N	Taraf Signifikansi		N	Taraf Signifikansi	
	5 %	1 %		5 %	1 %
3	0,997	0,999	38	0,320	0,413
4	0,950	0,990	39	0,316	0,408
5	0,878	0,959	40	0,312	0,403
6	0,811	0,917	41	0,308	0,398
7	0,754	0,874	42	0,304	0,393
8	0,707	0,834	43	0,301	0,389
9	0,666	0,798	44	0,297	0,384
10	0,632	0,765	45	0,294	0,380
11	0,602	0,735	46	0,291	0,376
12	0,576	0,708	47	0,288	0,372
13	0,553	0,684	48	0,284	0,368
14	0,532	0,661	49	0,281	0,364
15	0,514	0,641	50	0,279	0,361
16	0,497	0,623	55	0,266	0,345
17	0,482	0,606	60	0,254	0,330
18	0,468	0,590	65	0,244	0,317
19	0,456	0,575	70	0,235	0,306
20	0,444	0,561	75	0,227	0,296
21	0,433	0,549	80	0,220	0,286
22	0,423	0,537	85	0,213	0,278
23	0,413	0,526	90	0,207	0,270
24	0,404	0,515	95	0,202	0,263
25	0,396	0,505	100	0,195	0,256
26	0,388	0,496	125	0,176	0,230
27	0,381	0,487	150	0,159	0,210
28	0,374	0,478	175	0,148	0,194
29	0,367	0,470	200	0,138	0,181
30	0,361	0,463	300	0,113	0,148
31	0,355	0,456	400	0,098	0,128
32	0,349	0,449	500	0,088	0,115
33	0,344	0,442	600	0,080	0,105
34	0,339	0,436	700	0,074	0,097
35	0,334	0,430	800	0,070	0,091
36	0,329	0,424	900	0,065	0,086
37	0,325	0,418	1000	0,062	0,081

Sumber: spsindonesia.com

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan kepada kelompok kontrol dari 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang dicari (GS) dalam konten media televisi Metro TV dan 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang didapat (GO) setelah menonton konten media televisi *Metro TV*, terdapat 1 pernyataan tidak valid pada variabel GS dan 4 pernyataan tidak *valid* pada variabel GO. Sedangkan, pada kelompok

eksperimen dari 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang dicari (GS) dalam konten Tiktok *Metro TV* dan 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang didapat (GO) setelah menonton konten Tiktok *Metro TV*, seluruh pernyataan dinyatakan *valid*.

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas variabel GS Media Televisi

VARIABEL	ITEM	Taraf	GS TV	VALIDITAS
Kepuasan mendapatkan informasi	P1	0,632	0,750	VALID
	P2	0,632	0,753	VALID
	P3	0,632	0,634	VALID
Kepuasan memperoleh identitas	P4	0,632	0,909	VALID
	P5	0,632	0,791	VALID
	P6	0,632	0,961	VALID
Kepuasan integrasi & interaksi sosial	P7	0,632	0,522	TIDAK VALID
	P8	0,632	0,949	VALID
	P9	0,632	0,884	VALID
Kepuasan mendapatkan hiburan	P 10	0,632	0,787	VALID
	P 11	0,632	0,952	VALID
	P 12	0,632	0,827	VALID
	P 13	0,632	0,760	VALID

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas variabel GO Media Televisi

VARIABEL	ITEM	Taraf	GO TV	VALIDITAS
Kepuasan mendapatkan informasi	P1	0,632	0,739	VALID
	P2	0,632	0,439	TIDAK VALID
	P3	0,632	0,622	TIDAK VALID
Kepuasan memperoleh identitas	P4	0,632	0,837	VALID
	P5	0,632	0,926	VALID
	P6	0,632	0,926	VALID
Kepuasan integrasi & interaksi sosial	P7	0,632	0,481	TIDAK VALID
	P8	0,632	0,909	VALID
	P9	0,632	0,625	TIDAK VALID
Kepuasan mendapatkan hiburan	P 10	0,632	0,774	VALID
	P 11	0,632	0,971	VALID
	P 12	0,632	0,747	VALID
	P 13	0,632	0,735	VALID

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.6 Hasil Uji Validitas variabel GS Tiktok

VARIABEL	ITEM	Taraf	GS TT	VALIDITAS
Kepuasan mendapatkan informasi	P1	0,632	0,821	VALID
	P2	0,632	0,668	VALID
	P3	0,632	0,831	VALID
	P4	0,632	0,958	VALID

Kepuasan memperoleh identitas	P5	0,632	0,944	VALID
	P6	0,632	0,968	VALID
Kepuasan integrasi & interaksi sosial	P7	0,632	0,683	VALID
	P8	0,632	0,845	VALID
	P9	0,632	0,887	VALID
Kepuasan mendapatkan hiburan	P 10	0,632	0,883	VALID
	P 11	0,632	0,788	VALID
	P 12	0,632	0,935	VALID
	P 13	0,632	0,904	VALID

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 3.7 Hasil Uji Validitas variabel GO Tiktok

VARIABEL	ITEM	Taraf	GO TT	VALIDITAS
Kepuasan mendapatkan informasi	P1	0,632	0,676	VALID
	P2	0,632	0,663	VALID
	P3	0,632	0,838	VALID
Kepuasan memperoleh identitas	P4	0,632	0,854	VALID
	P5	0,632	0,894	VALID
	P6	0,632	0,894	VALID
Kepuasan integrasi & interaksi sosial	P7	0,632	0,773	VALID
	P8	0,632	0,816	VALID
	P9	0,632	0,796	VALID

Kepuasan mendapatkan hiburan	P 10	0,632	0,789	VALID
	P 11	0,632	0,683	VALID
	P 12	0,632	0,844	VALID
	P 13	0,632	0,839	VALID

Sumber: Olahan Peneliti

3.6.2 Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya peneliti melakukan uji reliabilitas. Reliabilitas berhubungan dengan konsistensi. Hasil dari uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Untuk mengetahui reliabilitas suatu data, kita dapat melihat pada nilai alpha melalui *software* program SPSS. Jika r alpha positif serta r alpha $>$ r tabel maka data itu dikatakan *reliable*. Menurut Sugiyono (2011, p. 183), kriteria reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Antara 0,800 sampai dengan 1,000 = sangat tinggi
2. Antara 0,600 sampai dengan 0,800 = tinggi
3. Antara 0,400 sampai dengan 0,600 = cukup tinggi
4. Antara 0,200 sampai dengan 0,400 = rendah
5. Antara 0,000 sampai dengan 0,200 = sangat rendah

Peneliti menggunakan metode *Alpha-Cronbach*. Peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25 karena mempunyai fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan metode *Cronbach's Alpha* dengan ketentuan, jika:

1. Nilai *Cronbach's Alpha* positif

2. Nilai *Cronbach's Alpha* sama atau lebih besar dari 0,6.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang telah dilakukan, seluruh pernyataan yang diberikan kepada kelompok eksperimen maupun kelompok kontrol dinyatakan reliabel karena memiliki skor lebih dari 0,60. Pada kelompok kontrol, dari 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang dicari (GS) memiliki skor 0.947 dan dari 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang didapat (GO) memiliki skor 0.936. Sedangkan, pada kelompok eksperimen, dari 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang dicari (GS) memiliki skor 0.838 dan dari 13 pertanyaan pada variabel kepuasan yang didapat (GO) memiliki skor 0.774.

Tabel 3.8 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Taraf	Hasil	Reliabilitas
GS TV	0,600	0,947	RELIABEL
GO TV	0,600	0,838	RELIABEL
GS TT	0,600	0,936	RELIABEL
GO TT	0,600	0,774	RELIABEL

Sumber: Olahan Peneliti

3.7 Teknik Analisis Data

Setelah melakukan eksperimen dan mendapatkan data yang diperlukan dari responden, selanjutnya peneliti akan melakukan analisis data. Dalam penelitian kuantitatif, teknik analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data menggunakan uji *independent sample T Test*. Terdapat beberapa asumsi pada uji *independent sample t test*:

1. Uji Normalitas

Sebelum melakukan uji *independent sample T Test* ada tahapan yang harus dilakukan, yaitu uji Normalitas. Uji normalitas dilakukan untuk mengukur apakah variabel berdistribusi dengan normal atau tidak dari setiap kelompok dan akan dianggap valid jika variabel berdistribusi dengan normal (Elliot & Woodward, 2007, p. 153).

2. Uji Paired Sample T Test

Setelah melewati uji normalitas ada tahapan selanjutnya yaitu *uji paired sample T Test*. Uji *paired sample t test* digunakan untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan antara mean dari dua sampel yang berpasangan. Dalam melakukan uji *paired sample t test*, persyaratan yang harus dipenuhi adalah data harus berdistribusi normal sehingga perlu dilakukan uji normalitas terlebih dahulu.

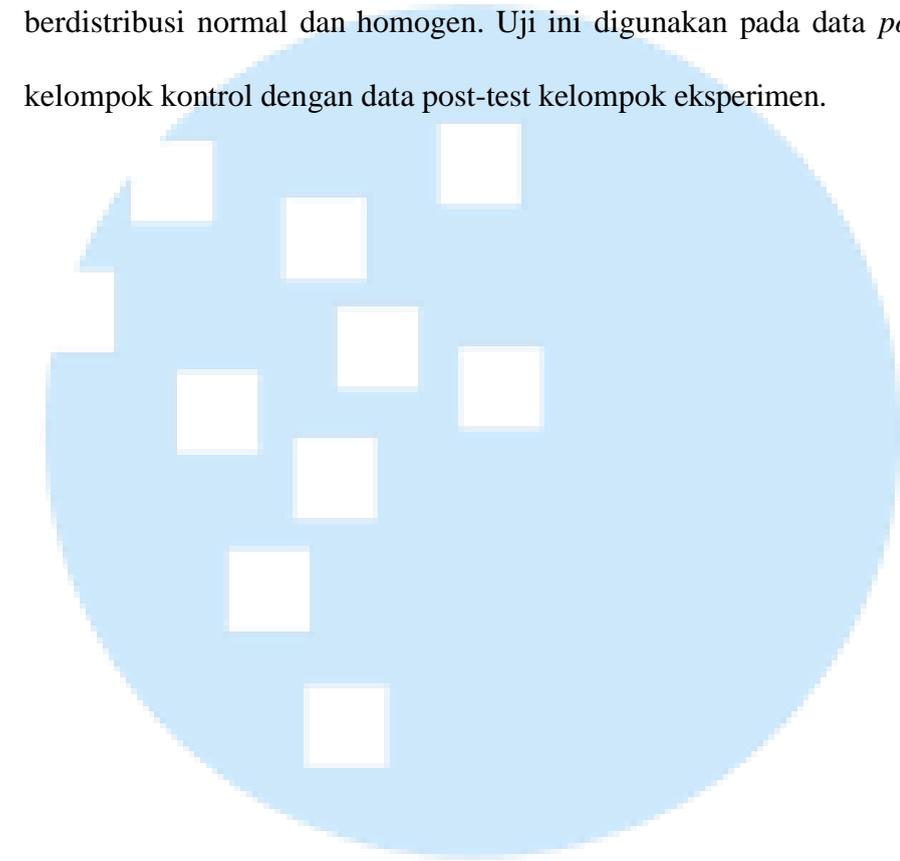
3. Uji Homogenitas

Setelah melewati uji *Paired Sample Test*, selanjutnya ada uji homogenitas. Uji homogenitas diperlukan untuk menentukan apakah jawaban responden dengan variabel terkait memiliki sifat yang sama atau konsisten (Elliot & Woodward, 2007, p. 115).

4. Uji Independent sample T Test

Uji *Independent sample t test* digunakan dalam penelitian ini untuk mencari tau apakah terdapat perbedaan tingkat kepuasan audiens. Dalam melakukan uji ini, ada persyaratan yang harus dipenuhi yaitu data

berdistribusi normal dan homogen. Uji ini digunakan pada data *post-test* kelompok kontrol dengan data *post-test* kelompok eksperimen.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA