

BAB III

METODE PENELITIAN

Dalam bab ini akan dipaparkan tentang rancangan penelitian, penentuan populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen yang digunakan, dan teknik analisa data yang digunakan peneliti.¹

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian kuantitatif, dan menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah menjelaskan sebuah situasi atau peristiwa. Penelitian deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis.² Menurut Isaac dan Michael, metode menggunakan deskriptif sebagai penelitian survei.³ Menggunakan deskriptif kuantitatif karena penelitian ini mengukur seberapa puas audien media, atau dalam hal ini *netizen* terhadap media *facebook* ag243 dan tidak menghubungkan dengan variabel lain.

Sebagai penelitian survei karena menggunakan kuesioner sebagai alat ukur untuk mencari seberapa besar kepuasan *netizen facebook* ag243. Survei dimulai dengan pengumpulan data kepada responden atau *netizen* tentang seberapa besar motif responden untuk mengkonsumsi media *facebook* ag243

¹ Tim Revisi Buku Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Tahun 2016, *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Kediri* (Kediri: STAIN Kediri, 2011), 73

² Jalaluddin Rakhmat dan Idi Subandy Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik dan Penafsirannya*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016), 68

³ Ibid. 68

dan kepuasan mereka terhadap *page* (halaman) *facebook* radio Andika FM, yaitu ag243.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara *online* dengan *link* <https://forms.gle/UA2aeUe9oxcZTzAv6>. Penyebaran *link* atau alamat kuesioner dilakukan oleh admin *facebook* ag243 di beranda atau *wall fan page* tersebut yang berkantor di Jl. Semeru no. 243 Kota Kediri, pada hari Senin 16 Desember 2019.

41

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Ardial “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”.⁴ Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah audien Radio Andika yang aktif di media sosial khususnya di *facebook* ag243. Jumlah like tercatat 349.456 orang. Jumlah ini terakhir dilihat oleh peneliti pada tanggal 14 Mei 2019.

2. Sampel

Menurut Sugiyono, “sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.⁵ Dari populasi *netizen* yang like *fan page facebook* ag243 adalah 349.456, karena jumlah populasi

⁴ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014)., 336

⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2018), 81

lebih dari 100, maka jika dihitung dengan rumus Yamane⁶ dengan tingkat kesalahan 10%, jumlah sampel yang diambil adalah 100.

Berikut adalah hasil perhitungan penentuan jumlah sampel menurut rumus Yamane:

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Keterangan: n = Ukuran sampel penelitian

N = Ukuran populasi

d = Ukuran tingkat kesalahan yang dapat ditolerir dalam pengambilan sampel, peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10% atau 0,10

$$n = \frac{349.456}{349.456 \times 0,10^2 + 1}$$

$$n = \frac{349.456}{3.495,56}$$

$$n = 99,971 \text{ dibulatkan } 100$$

3. Metode Pengambilan Sampel atau Teknik Sampling

Penentuan pengambilan sampel dengan teknik *insidental sampling*. Sampel Insidental adalah cara menentukan sampel dengan kebetulan, yaitu siapa saja yang ditemui oleh peneliti dan orang tersebut dinilai layak untuk dijadikan sebagai sampel maka orang tersebut dijadikan sampel.⁷ Dalam penelitian ini dikarenakan kuesioner dalam bentuk *online*, maka siapa saja

⁶ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian....*, 351

⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 85

netizen yang mempunyai akun *facebook* dan menyukai halaman *facebook* ag243, maka dianggap sebagai sampel.

D. Sumber Data

Penelitian ini terdapat dua macam data, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang didapat secara langsung dari responden atau objek penelitian.⁸ Dalam hal ini, data primer diperoleh dari *netizen* yang menyukai halaman (*page*) *facebook* Radio Andika FM yaitu ag243.
2. Data Sekunder adalah data yang didapatkan dari sumber kedua atau sumber sekunder.⁹ Dalam penelitian ini, data sekunder didapatkan dari buku-buku atau tulisan-tulisan yang relevan dengan penelitian atau kepustakaan.

E. Pengumpulan Data

Menurut Ardial, “data adalah satu koleksi fakta-fakta atau sekumpulan nilai numerik”.¹⁰ Dalam penggunaan teknik pengumpulan data, untuk agar lebih mudah peneliti menggunakan instrumen atau alat bantu. Instrumen atau alat bantu dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan dokumentasi.

Untuk mendapatkan data primer, peneliti membuat kuesioner secara *online* lalu *linknya* disebar atau *dishare* di beranda *facebook* ag243 agar diisi oleh *netizen*.

⁸ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi.*, 359

⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2009), 42

¹⁰ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi.*, 356

1. Kuesioner

Kuesioner atau angket adalah kumpulan pertanyaan dengan suatu tema yang harus dijawab oleh subjek. Atau sebuah metode pengambilan data berupa pertanyaan yang diajukan kepada responden yang diharapkan responden dapat mengisinya.¹¹ Kuesioner yang peneliti gunakan adalah bersifat tertutup, kombinasi terbuka dan tertutup, dan terbuka. Bersifat tertutup yaitu alternatif-alternatif jawaban sudah disediakan oleh peneliti, dan responden tinggal memberikan jawaban yang sesuai. Bersifat kombinasi disediakan alternatif jawaban dan diberi pilihan yang dijawab sendiri oleh responden. Sedangkan yang bersifat terbuka tidak disediakan pilihan atau alternatif jawaban.

Untuk mendapatkan data dari responden, kami menyebar angket atau kuesioner dengan menggunakan media *online*, yaitu dengan membuat kuesioner menggunakan *google form*. Subjek penelitian adalah pendengar radio Andika yang hanya aktif secara online di *facebook* ag243.

2. Observasi

Observasi adalah peninjauan dengan cermat atau pengamatan.¹² Pada observasi penelitian ini yaitu observasi sebelum penelitian. Observasi sebelum penelitian dilakukan untuk mengetahui apa yang terjadi di beranda *facebook* ag243, melihat jumlah *like* dan komen serta membagikan ulang setiap unggahan yang ada *wall facebook* ag243.

¹¹ Ibid., 379

¹² Umi Chulsum, dan Windy Novia, *Kamus Besar Bahasa Indonesia: Edisi Terbaru Dilengkapi EYD dan Kebahasaan*, (Kashiki: Surabaya, 2014), 486

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang bertujuan mendapatkan bahan tambahan untuk interpretasi dan analisis data. Hal ini digunakan untuk mencari atau menentukan jumlah populasi.

F. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono, instrumen penelitian adalah “suatu alat yang digunakan mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Secara spesifik, semua fenomena tersebut adalah variabel penelitian”.¹³ Dalam penelitian ini menggunakan instrumen angket. Angket tersebut bersifat tertutup, kombinasi tertutup, dan pertanyaan yang bersifat terbuka. Bersifat tertutup yaitu responden tinggal mengisi dari alternatif-alternatif jawaban dengan sesuai dengan keadaan responden. Bersifat tertutup dan terbuka yaitu responden diberi alternatif pilihan jawaban, akan tetapi responden disediakan pilihan untuk membuat jawabannya sendiri. Bersifat terbuka yaitu responden mengisi sendiri (tanpa ada pilihan jawaban).

Angket yang digunakan dalam penelitian terdiri dari 2 (dua) buah angket, yaitu berupa angket GS (*gratification sought*) dan angket GO (*gratification obtained*). Angket tersebut dapat dilihat di lampiran. Skala yang digunakan adalah skala Likert. Menurut Umar dalam Ardial, “Skala adalah suatu prosedur pemberian angka atau simbol lain kepada sejumlah ciri dari suatu objek”.¹⁴ Menurut Sugiyono, “Skala Likert digunakan untuk mengukur

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 102

¹⁴ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian ...*, 448

sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.”¹⁵

Skala yang digunakan yaitu skala kepuasan *netizen* yang berisi pernyataan-pernyataan yang sesuai dengan indikator variabel yang digunakan dalam penelitian ini. Peneliti menggunakan skala Likert untuk jenis pertanyaan tertutup dalam bentuk checklist, yaitu responden memilih atau mencentang salah satu jawaban SS sampai STS. Skala kepuasan *netizen facebook* ag243 ini disusun dengan menggunakan 5 (lima) pilihan jawaban, yaitu sangat setuju (SS), setuju (S), tidak tahu (TT) tidak setuju (TS) dan sangat tidak setuju (STS). Untuk skor subjek bergerak dari nilai 5, 4, 3, 2, 1. Adapun penjelasan mengenai skoring untuk skala kepuasan *netizen* adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Format Skoring Kepuasan *Netizen*

No	Pilihan Jawaban	Skor
1	SS (Sangat Setuju)	5
2	S (Setuju)	4
3	TT (Tidak Tahu)	3
4	TS (Tidak Setuju)	2
5	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian ...*, 93

1. Definisi Konseptual

Secara konseptual kepuasan adalah perihal yang berifat merasa senang, karena terpenuhi hasrat hatinya. Dengan kata lain, kepuasan *netizen facebook ag243* adalah seorang warga internet (*netizen*) merasa senang karena terpenuhinya hasrat yang diinginkan di *facebook ag243*.

2. Definisi Operasional

Definisi operasional dibutuhkan agar variabel dapat diukur, maka dari definisi konsep harus lebih dispesifikan dalam definisi operasional.¹⁶

a. *Gratification Sought*

Gratification Sought adalah motif audien atau kepuasan yang diinginkan audien terhadap suatu media. Menurut Palmgreen, GS terbentuk karena adanya kepercayaan seseorang terhadap suatu media untuk memenuhi kebutuhannya dan hasil penilaian seseorang terhadap isi media. Dengan kata lain, audien mempunyai alasan atau mempunyai motif tertentu dalam penentuan memilih sebuah media atau tidak memilih suatu media. Dalam penelitian ini, kategori motif menggunakan *facebook ag243* yang dijadikan acuan adalah kategori motif pengonsumsi media menurut McQuail.¹⁷

Berikut adalah kategori motif dalam penelitian ini:

- 1) Motif Informasi, *netizen* dianggap memiliki motif informasi apabila:

¹⁶ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Erlangga, 2009), 81

¹⁷ Jalaluddin Rakhmat dan Idi Subandi Ibrahim, *Metode Penelitian Komunikasi.*, 120-121

- *Netizen* dapat mengetahui kabar berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan di lingkungan dan daerah lain di *facebook* ag243.
 - *Netizen* bisa saling tukar informasi di *facebook* ag243.
 - *Netizen* dapat memberi rasa damai melalui penambahan pengetahuan di *facebook* ag243.
- 2) Motif identitas pribadi, *netizen* dianggap memiliki motif identitas pribadi apabila mereka:
- *Netizen* dapat menemukan penunjang nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi *netizen* itu sendiri di *facebook* ag243
 - *Netizen* dapat mengidentifikasikan diri dengan nilai-nilai lain dalam *facebook* ag243
 - *Netizen* memperoleh nilai lebih sebagai *netizen facebook* ag243
- 3) Motif integrasi dan interaksi sosial, *netizen* dianggap memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:
- *Netizen* memperoleh pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial di *facebook* ag243
 - *Netizen* dapat menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial dengan *netizen* lain di kolom komentar *facebook* ag243.

- *Netizen* merasa dekat dengan orang lain ketika mengakses *facebook* ag243.
- 4) Motif hiburan, *netizen* dianggap memiliki motif hiburan apabila mereka:
- *Netizen* bisa bersantai dan mengisi waktu luang dalam mengakses maupun berkomentar di *facebook* ag243
 - *Netizen* bisa menyalurkan emosinya di *facebook* ag243
 - *Netizen* bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan dari *facebook* ag243 karena mendapatkan informasi dan solusi.

Peneliti memberikan 5 (lima) pilihan jawaban dalam setiap pernyataan. Menggunakan skala *likert* untuk mengukur. Semakin *netizen* menginginkan kepuasan melalui *facebook* ag243, maka skor semakin tinggi (maksimal 5), jika *netizen* semakin tidak menginginkan kepuasan melalui *facebook* ag243 maka skor semakin rendah (minimal 1).

Berikut adalah distribusi frekuensi GS:

- 1) Sangat Tinggi: Menjawab Sangat Setuju (SS) artinya responden sangat mencari kepuasan di *facebook* ag243 dan diberi skor 5.
- 2) Tinggi: Menjawab Setuju (S) artinya responden mencari kepuasan di *facebook* ag243 dan diberi skor 4.
- 3) Sedang: Menjawab Tidak Tahu (TT) artinya responden cukup dalam mencari kepuasan di *facebook* ag243 dan diberi skor 3.

4) Rendah: Menjawab Tidak Setuju (TS) artinya responden tidak ingin mencari kepuasan di *facebook* ag243 dan diberi skor 2.

5) Sangat Rendah: Menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) artinya responden sangat tidak ingin mencari kepuasan di *facebook* ag243 dan diberi skor 1.

Ketentuan diatas mendapatkan skor tertinggi atau $12 \times 5 = 60$ sebagai batas atas dan skor terendah adalah $12 \times 1 = 12$ sebagai batas bawah. Penentuan kelas motif dari *netizen facebook* ag243 tersebut, maka diperoleh *range* (jarak) interval;

$$i = \frac{\text{batas atas} - \text{batas bawah}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$i = \frac{60 - 12}{5}$$

$i = 9,6$ dibulatkan 10

Lima kelas motif yang diinginkan oleh responden adalah sebagai berikut;

- 1) Sangat tinggi 56-60. Artinya responden sangat ingin mengharapkan pemuasan kebutuhannya melalui *facebook* ag243.
- 2) Tinggi 45-55. Artinya responden mengharapkan pemuas kebutuhan melalui *facebook* ag243.
- 3) Sedang 34-44. Artinya responden cukup mengharapkan pemuas kebutuhannya melalui *facebook* ag243.
- 4) Rendah 23-33. Artinya responden tidak mengharapkan pemuas kebutuhannya melalui *facebook* ag243.

5) Sangat rendah 12-22. Artinya responden sangat tidak mengharapkan pemuas kebutuhannya melalui *facebook* ag243.

b. Penggunaan Media

Dalam penelitian ini penggunaan media oleh responden dihitung frekuensi dan jumlah waktu yang digunakan responden untuk mengakses *facebook* ag243. Indikator untuk mengukur pola penggunaan media adalah sebagai berikut:

1) Frekuensi

Frekuensi adalah tingkat keseringan responden dalam melihat *facebook* ag243. Dalam penelitian ini adalah berapa kali responden mengakses *facebook* untuk melihat ag243 dalam satu minggu, yaitu;

- Sangat sering: jika responden mengakses *facebook* untuk melihat ag243 setiap hari
- Sering: jika responden mengakses *facebook* untuk melihat ag243 selama 4-5 kali dalam satu minggunya.
- Kadang-kadang: jika responden mengakses *facebook* untuk melihat ag243 selama 3-4 kali dalam satu minggunya.
- Jarang: jika responden mengakses *facebook* untuk melihat ag243 selama 2-3 kali dalam satu minggunya
- Tidak pernah

2) Lama Waktu Penggunaan

Lama waktu penggunaan adalah berapa menit rata-rata responden dalam sehari. Responden yang paling lama menggunakan *facebook* untuk melihat dan berinteraksi di ag243 selama 6 menit atau lebih, sedangkan responden yang paling sedikit melihat *facebook* ag243 hanya 2 menit atau kurang dalam sehari.

Lama waktu penggunaan adalah tingkat waktu lama penggunaan *facebook* untuk melihat ag243. Dalam hal ini rentang waktu dalam satu minggu.

- Sangat tinggi: jika responden menggunakan *facebook* untuk melihat ag243 selama 7 menit atau lebih dalam sehari.
- Tinggi: jika responden menggunakan *facebook* untuk melihat ag243 selama 5-6 menit dalam sehari.
- Sedang: jika responden menggunakan *facebook* untuk melihat ag243 selama 4-5 menit dalam sehari.
- Rendah: jika responden menggunakan *facebook* untuk melihat ag243 selama 3-4 menit dalam sehari.
- Sangat rendah: jika responden menggunakan *facebook* untuk melihat ag243 selama 2 menit atau kurang dalam sehari.

c. *Gratification Obtained*

Gratification obtained (GO) adalah kepuasan yang telah didapatkan karena terpenuhinya motif audien setelah mengkonsumsi

suatu media. GO berisi tentang pertanyaan seberapa puas kepada audien setelah mengkonsumsi suatu media, baik terhadap suatu acara tertentu, atau isi media secara umum.

Berikut adalah kategori kepuasan yang didapatkan dalam penelitian ini;

1) Kepuasan Informasi, *netizen* dianggap memiliki kepuasan informasi apabila:

- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk memberikan kabar berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan keadaan di lingkungan dan daerah lain untuk *netizen*.
- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk menjadikan *netizen* bisa saling tukar informasi.
- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk dapat memberi rasa damai melalui penambahan pengetahuan kepada *netizen*.

2) Kepuasan identitas pribadi, *netizen* dianggap memiliki kepuasan identitas pribadi apabila:

- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk memberikan nilai-nilai yang berkaitan dengan pribadi *netizen* itu sendiri.
- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk memberikan motivasi dan inspirasi kepada *netizen*.

- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk memberikan nilai lebih kepada *netizen*.
- 3) Kepuasan integrasi dan interaksi sosial, *netizen* dianggap memiliki kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila:
- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk memberikan pengetahuan yang berkenaan dengan empati sosial kepada *netizen*.
 - *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk memberikan bahan percakapan dan interaksi sosial antar *netizen*.
 - *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk merasa dekat dengan orang lain.
- 4) Kepuasan hiburan, *netizen* dianggap memiliki kepuasan hiburan apabila:
- *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk bisa bersantai dan mengisi waktu luang di kolom komentar.
 - *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk menyalurkan emosinya.
 - *Facebook* ag243 memenuhi keinginan *netizen* untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan karena mendapatkan informasi dan solusi.

Tingkat kepuasan yang diperoleh diukur dengan 12 item pernyataan kepuasan. Peneliti memberikan 5 (lima) pilihan jawaban

dalam setiap pernyataan. Menggunakan skala *likert* untuk mengukur. Semakin *netizen* mendapatkan kepuasan melalui *facebook* ag243, maka skor semakin tinggi (maksimal 5), jika *netizen* semakin tidak mendapatkan kepuasan melalui *facebook* ag243 maka skor semakin rendah (minimal 1).

Berikut adalah distribusi frekuensi pada pernyataan-pernyataan GO:

- 1) Sangat Tinggi: Menunjukkan responden sangat terpenuhi kebutuhannya di *facebook* ag243. Jika responden memberi jawaban Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.
- 2) Tinggi: Menunjukkan responden terpenuhi kebutuhannya di *facebook* ag243. Jika responden memberi jawaban Setuju (S) diberi skor 4.
- 3) Sedang: Menunjukkan responden cukup terpenuhi kebutuhannya di *facebook* ag243. Jika responden memberi jawaban Tidak Tahu (TT) diberi skor 3.
- 4) Rendah: Menunjukkan responden tidak terpenuhi kebutuhannya di ag243. Jika responden memberi jawaban Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- 5) Sangat Rendah: Menunjukkan responden sangat tidak terpenuhi kebutuhannya di ag243. Jika responden memberi jawaban Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Ketentuan diatas mendapatkan skor tertinggi atau $12 \times 5 = 60$ sebagai batas atas dan skor terendah adalah $12 \times 1 = 12$ sebagai batas bawah. Penentuan kelas kepuasan yang didapatkan dari *netizen facebook ag243* tersebut, maka diperoleh *range* (jarak) interval:

$$i = \frac{\text{batas atas} - \text{batas bawah}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$i = \frac{60 - 12}{5}$$

$$i = 9,6 \text{ dibulatkan } 10$$

Kategori 5 (lima) kelas tingkat kepuasan yang didapatkan responden tersebut adalah sebagai berikut;

- 1) Sangat tinggi 56-60. Artinya responden memang sangat terpenuhi kebutuhan dari *facebook ag243*.
- 2) Tinggi 45-55. Artinya responden terpenuhi kebutuhannya melalui *facebook ag243*.
- 3) Sedang 34-44. Artinya responden cukup terpenuhi kebutuhannya melalui *facebook ag243*.
- 4) Rendah 23-33. Artinya responden tidak terpenuhi kebutuhannya melalui *facebook ag243*.
- 5) Sangat rendah 12-22. Artinya responden sangat tidak terpenuhi kebutuhannya melalui *facebook ag243*.

3. Tabulasi

Dari definisi konseptual dan definisi operasional tentang motif kepuasan *netizen facebook ag243*. Dalam penelitian dapat disusun kisi-kisi

instrumen kepuasan yang penyesuaian butir soal disesuaikan dengan indikator motif dan kepuasan. Berikut tabel rincian komposisi kisi-kisi:

Tabel 3.2
Tabulasi Variabel Penelitian *Gratification Sought Netizen Facebook*
ag243

Variabel Penelitian	Indikator	Alat Ukur	Skala	No. Item Responden
<i>Gratification Sought:</i> Gratifikasi yang diharapkan <i>netizen</i> AG243	1. Motif Informasi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya dapat mengetahui semua peristiwa dan kondisi yang ada di lingkungan dan daerah lain di <i>facebook</i> ag243 (+) - Saya bisa berbagi dan tukar informasi dengan <i>netizen</i> lain di <i>facebook</i> ag243 (+) - Saya merasa terbantu dengan informasi yang diunggah di <i>facebook</i> ag243 (+) 	Likert	1,2,3
	2. Motif identitas pribadi	<ul style="list-style-type: none"> - Saya mendapatkan pelajaran yang berarti di <i>facebook</i> ag243 (+) 	Likert	4,5,6

		<ul style="list-style-type: none"> - Saya dapat termotivasi dan terinspirasi agar lebih baik di <i>facebook</i> ag243 (+) - Saya mendapatkan nilai lebih di <i>facebook</i> ag243 (+) 		
	3. Motif integrasi dan interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> - Saya dapat membantu <i>netizen</i> lain yang memerlukan bantuan yang diunggah di ag243 (+) - Saya bisa membagikan ulang info yang ada di <i>facebook</i> ag243 untuk menjadi bahan percakapan dengan teman <i>netizen</i> saya (+) - Saya mendapat teman sesama <i>netizen</i> yang banyak di <i>facebook</i> ag243 (+) 	Likert	7,8,9
	4. Motif Hiburan	<ul style="list-style-type: none"> - Saya bisa bersantai bercanda dengan <i>netizen</i> lain di kolom komentar 	Likert	10,11,12

		<p><i>facebook ag243 (+)</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Saya bisa menyalurkan <i>unek-unek</i> atau masalah di <i>facebook ag243 (+)</i> - Saya sangat senang dengan adanya <i>facebook ag243</i>, karena saya mendapat informasi dan solusi (+) 		
--	--	--	--	--

Sumber: Data Primer

Tabel 3.3

Tabulasi Variabel Penelitian *Gratification Obtained Netizen Facebook ag243*

Variabel Penelitian	Indikator	Alat Ukur	Skala	No. Item Responden
<i>Gratification Obtained: Gratifikasi yang diperoleh netizen AG243</i>	1. Kepuasan Informasi	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Facebook ag243</i> memenuhi keinginan saya untuk menyediakan semua informasi peristiwa dan kondisi yang ada di lingkungan dan daerah lain (+) - <i>Facebook ag243</i> 	Likert	1,2,3

		<p>memenuhi keinginan saya untuk bisa berbagi dan tukar informasi dengan <i>netizen</i> lain (+)</p> <p>- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya sehingga saya merasa terbantu dengan informasi yang diunggah (+)</p>		
	2. Kepuasan identitas pribadi	<p>- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk mendapatkan pelajaran yang berarti kepada saya (+)</p> <p>- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk mendapatkan motivasi dan inspirasi agar saya menjadi lebih baik (+)</p> <p>- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk mendapatkan nilai lebih</p>	Likert	4,5,6

		kepada saya (+)		
	3. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk membantu <i>netizen</i> lain yang memerlukan bantuan (+) - <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk memberikan bahan percakapan dengan <i>netizen</i> lainnya dari membagikan ulang info yang dibagikan (+) - <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk mendapatkan teman sesama <i>netizen</i> yang banyak (+) 	Likert	7,8,9
	4. Kepuasan Hiburan	- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk bisa bersantai, dan bisa bercanda dengan <i>netizen</i>	Likert	10,11,12

		lain di kolom komentar (+)		
		- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk menyalurkan <i>unek-unek</i> atau masalah (+)		
		- <i>Facebook</i> ag243 memenuhi keinginan saya untuk membuat saya sangat senang karena saya mendapat informasi dan solusi (+)		

Sumber: Data Primer

Sesuai *tag line* radio Andika FM, yaitu “Informasi dan Solusi”, peneliti menambah pernyataan yang bersifat kombinasi tertutup dan terbuka, yaitu responden diberi pilihan jawaban dan diberi satu pilihan jawaban yang diisi sendiri oleh responden, jika pilihan jawaban tidak ada yang cocok. Peneliti mengkategorikan informasi yang disukai oleh *netizen* berdasarkan temanya, seperti informasi tentang trafik jalan, kriminal, bencana, ekonomi, politik, atau responden bisa mengisi sendiri yang sesuai dengan keadaan.

Selain peneliti memberi pernyataan yang bersifat kombinasi (tertutup dan terbuka) peneliti menambah pernyataan bersifat terbuka (tanpa ada pilihan jawaban) dalam kuesioner, peneliti menanyakan tentang harapan *netizen* kepada media sosial *facebook* radio Andika FM yaitu ag243. Bentuk

pertanyaan terbukanya sebagai berikut, “Apa yang anda harapkan dari *facebook* ag243 ini kedepan agar lebih menarik dan memuaskan para *netizen*nya?”

G. Uji Validitas Data dan Reliabilitas Data

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui setiap butir item pernyataan dalam kuesioner mengukur sesuai apa yang ingin diukur. Setiap item instrumen diuji yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap item pernyataan independen dengan jumlah skor total pernyataan variabel tersebut dengan menggunakan koefisien korelasi (r). Apabila angka lebih besar dari angka r tabel, maka item tersebut dinyatakan valid. Apabila angka lebih kecil dari r tabel, maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui konsistensi hasil pengukuran variabel. Pengukuran reliabel menunjukkan kepercayaan instrumen. Peneliti akan menguji kehandalan dengan menghitung dari masing-masing instrument dalam suatu variabel. Kriteria uji reliabilitas:

Tabel 3.4
Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Tingkat Alfa

Alpha	Tingkat Reliabilitas
> 0,80 – 1,00	Sangat reliabel
> 0,60 – 0,80	Reliabel
> 0,40 – 0,60	Cukup reliabel
> 0,20 – 0,40	Agak reliabel
0,00 – 0,19	Kurang reliabel

Uji validitas dan uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan aplikasi SPSS versi 25. Uji dari kedua ini untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner adalah *valid* atau tidak *valid*. Penelitian ini terdapat dua variabel, yaitu *gratification sought* dan *gratification obtained*.

H. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Untuk mendapatkan nilai r tabel dengan ketentuan $df = \text{jumlah sampel} - 1 = 100$ dengan mengambil tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05 angkanya adalah 0,195. Analisis *output Pearson Correlated* dapat dilihat di lampiran.

Tabel 3.5
Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel *Gratification Sought*

Item Pernyataan	Pearson Correlation (r Hitung)	r tabel (Signifikansi 0,05)	Keterangan
Pernyataan 1	0,535	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 2	0,627	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 3	0,467	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 4	0,677	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 5	0,717	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 6	0,725	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 7	0,583	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 8	0,677	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 9	0,682	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 10	0,694	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 11	0,681	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 12	0,601	0,195	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2019

Tabel 3.6
Hasil Perhitungan Uji Validitas Variabel *Gratification Obtained*

Item Pernyataan	Pearson Correlation (r Hitung)	r tabel (Signifikansi 0,05)	Keterangan
Pernyataan 1	0,651	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 2	0,756	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 3	0,657	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 4	0,745	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 5	0,799	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 6	0,743	0,195	<i>Valid</i>

Pernyataan 7	0,711	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 8	0,699	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 9	0,762	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 10	0,618	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 11	0,679	0,195	<i>Valid</i>
Pernyataan 12	0,709	0,195	<i>Valid</i>

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2019

Hasil analisis tersebut menunjukkan semua item pernyataan dinyatakan valid, karena r hitng dari semua butir pernyataan $> 0,195$ atau dengan kata lain nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel 3.7
Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel *Gratification Sought*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,861	12

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2019

Tabel 3.8
Hasil Perhitungan Reliabilitas Variabel *Gratification Obtained*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,902	12

Sumber: Hasil Penelitian Lapangan, Tahun 2019

Dari kedua tabel di atas (tabel 3.8 dan 3.9), hasil output SPSS tersebut menunjukkan tabel *reliability coefficient* yang terlihat di cronbach alpha 0,861 dan $0,902 > 0,80$ atau bisa dinyatakan bahwa konstruk pernyataan dalam instrumen penelitian ini sangat reliabel.

I. Analisis Data

Analisis yang digunakan oleh peneliti menggunakan analisis statistik deskriptif. Menurut Sugiyono, statistik deskriptif adalah penyajian data berupa statistik yang hasilnya untuk menggambarkan hasil penelitian apa adanya tanpa menganggap semua yang ada di populasi akan sama atau generalisasi.¹⁸ Jenis analisis data yang digunakan menggunakan analisis *univariat*. Analisis *univariat* adalah analisis terhadap satu variabel. Analisis ini digunakan untuk penelitian deskriptif dan datanya berupa statistik deskriptif. Hasil data dari statistik deskriptif ini bisa dijadikan acuan bagi penghitungan analisis berikutnya, misalnya untuk menghitung hubungan antar variabel.¹⁹

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menghitung perbedaan *mean*.²⁰ Untuk mengetahui variabel benar-benar terjadi perbedaan nilai, peneliti menggunakan uji t untuk sampel berpasangan. Peneliti menggunakan uji t ini karena berfungsi untuk menguji perbandingan, uji koresional, uji estimasi secara statistik. Dalam penelitian ini data berskala interval yang sesuai dengan pengujian ini.

¹⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian.*, 147

¹⁹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset.*, 166

²⁰ *Ibid.*, 220

Adapun tahapan analisis datanya sebagai berikut;²¹

1. Peneliti memberi skor pada masing-masing variabel yaitu variabel *Gratification Sought* maupun *Gratification Obtained* keduanya dijumlahkan sehingga mendapatkan skor GS dan GO dari *netizen facebook ag243*.
2. Skor dari kedua variabel di hitung dengan menggunakan uji t dengan rumus:

$$t = \frac{\bar{X}_1 - \bar{X}_2}{\sqrt{\frac{\sum D - \frac{(\sum D)^2}{N}}{N(N-1)}}$$

Dimana:

\bar{X}_1 = mean skor variabel X₁

\bar{X}_2 = mean skor variabel X₂

D = selisih skor variabel X₁ dan variabel X₂

N = jumlah pasangan skor

Untuk mempermudah peneliti dalam menghitung, peneliti menggunakan aplikasi SPSS 25.

3. Setelah nilai t telah diketahui, lalu di cocokkan dengan tabel t distribusi dengan tingkat signifikansi p = 0.05 (2-tailed), df = N-1 atau 99 = 1,660. Bila t hitung lebih besar dari t tabel, maka terjadi kesenjangan yang signifikan. Sebaliknya bila t hitung lebih kecil dari t tabel, maka tidak terjadi kesenjangan antara 2 variabel. Bisa dilihat lagi di signifikansinya,

²¹ Ibid, 220

jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 maka terjadi kesenjangan yang signifikan. Sebaliknya jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terjadi kesenjangan antara 2 variabel.

4. Setelah diketahui terdapat kesenjangan yang signifikan atau tidak, selanjutnya adalah membandingkan skor masing-masing variabel, jika tidak terjadi kesenjangan ($GS = GO$), maka artinya kebutuhan yang ada terpenuhi atau terpuaskan. Jika skor GS lebih besar ($GS > GO$), maka artinya kebutuhan tidak terpenuhi atau tidak terpuaskan. Jika skor GO lebih besar maka artinya kebutuhan terpenuhi atau terpuaskan.