

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif kuantitatif adalah memaparkan situasi atau peristiwa. Jenis riset ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Penelitian deskriptif untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel.⁵²

Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode penelitian survei. Metode penelitian survei adalah metode penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Dan pada umumnya unit analisis dalam penelitian survei adalah individu.⁵³ Dalam penelitian ini mendeskripsikan penggunaan fasilitas aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) sebagai media komunikasi yang dapat mempengaruhi kepuasan penggunaannya.

⁵²Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*, 67.

⁵³Sofian Effendi dan Tukiran, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: LP3ES, 2012), 3.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pondok Pesantren Al-Ishlah, Jl. KH Hasyim Asy'ari no. 1 Bandarkidul, Kelurahan Mojo, Kota Kediri. Dengan responden para santri. Karena alasannya memilih lokasi di Pondok Pesantren Al-Ishlah adalah mayoritas santri Pondok Pesantren Al-Ishlah mempunyai *handphone* yang didukung aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM). Sehingga dalam mencari ilmu agama dengan memanfaatkan teknologi komunikasi, para santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul Mojo Kota Kediri memiliki akses yang lebih luas dan global.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek atau subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu.⁵⁴

⁵⁴Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&G* (Bandung: Alfabeta, 2013), 80.

Populasi santri Pondok Pesantren Al-Ishlah berjumlah 174 orang dengan rincian sebagai berikut:

Tabel 3.1 Populasi Santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul Kelurahan Mojoroto Kota Kediri

No .	Jenis Kelamin Santri	Jumlah Santri	Jumlah Santri Penggunaan <i>Blackberry Messenger</i>
1.	Putra	114 Santri	44 Santri
2.	Putri	60 Santri	31 Santri
Total		174 Santri	75 Santri

Sumber: Statistik Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul Kecamatan Mojoroto Kota Kediri tahun 2015

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).⁵⁵ Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling *purposive*. Sampling *purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu.⁵⁶ Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset.⁵⁷ Penentuan sampling *purposive* berdasarkan pertimbangan bahwa santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Kota Kediri yang aktif menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM). Berdasarkan data yang diperoleh, maka penulis menggunakan rumus dari Arikunto yang mana apabila

⁵⁵Ibid., 81.

⁵⁶Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2012), 68.

⁵⁷Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*, 156.

subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Selanjutnya jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil 10% - 15%.⁵⁸ Berdasarkan pertimbangan tersebut, yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah total santri yang menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) yaitu 75 santri.

D. Sumber Data

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini merupakan responden dari hasil pengisian kuesioner.⁵⁹ Yang dimaksud data primer dalam penelitian ini adalah santri putra maupun putri yang berada di Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul, Kelurahan Mojo Kota Kediri.
2. Data sekunder adalah data yang penulis peroleh melalui kepustakaan dengan membaca literatur-literatur sebagai data pelengkap terkait dengan sumber data primer. Adapun sumber sekunder dalam penelitian ini adalah buku-buku yang mengkaji tentang: aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM), santri, pondok pesantren, analisis kepuasan dan semua hal yang terkait dengan penelitian.

⁵⁸Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik.*, 120.

⁵⁹Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*, 41.

E. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan proses pengadaan data primer untuk keperluan penelitian. Sehingga menentukan metode yang digunakan untuk pengumpulan data menjadi penting untuk dilakukan. Dalam mengumpulkan data yang berupa data kuantitatif dalam penelitian ini ada beberapa metode yang digunakan antara lain:

1. Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden.⁶⁰ Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien untuk variabel yang akan diukur dan diharapkan dari responden. Kuesioner di sini digunakan karena responden atau santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Kota Kediri cukup besar dan tersebar, sehingga dapat memudahkan dalam pengumpulan data.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan yang menggunakan panca indera yang dimiliki dengan mengamati objek-objek tertentu atau mengadakan pengamatan langsung di lokasi penelitian.⁶¹ Observasi dalam penelitian ini yaitu observasi pra penelitian. Observasi pra penelitian dilakukan untuk menentukan subjek dan lokasi yang sesuai dengan penelitian yang dimaksud.

⁶⁰Ibid., 95.

⁶¹Ibid., 108.

3. Wawancara

Wawancara adalah percakapan antara periset (seseorang yang berharap mendapatkan informasi) dan informan (seseorang yang diasumsikan mempunyai informasi penting tentang sesuatu objek).⁶² Wawancara dalam penelitian ini dilakukan dengan memberi pertanyaan terstruktur kepada perwakilan santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Kota Kediri yang menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM).

4. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode yang digunakan dengan mencari data mengenai hal-hal yang berupa catatan, transkrip, agenda, dan sebagainya.⁶³ Hal ini penulis gunakan untuk mengumpulkan data tentang arsip-arsip Pondok Pesantren Al-Ishlah Bandarkidul Kota Kediri, populasi santri, jumlah santri yang menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM) dan lain-lain.

F. Instrumen Penelitian

1. Definisi Operasional

Agar variabel dapat diukur, maka konsep harus dijelaskan dalam operasional tentang variabel itu sendiri. Dengan begitu suatu definisi operasional lebih spesifik.⁶⁴

⁶²Ibid., 98.

⁶³Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 1998), 236.

⁶⁴Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Jakarta: Erlangga, 2009), 81.

a. *Gratification Sought*

Gratification sought adalah kepuasan yang dicari atau yang diinginkan individu ketika mengonsumsi suatu jenis media tertentu. *Gratification sought* merupakan motif yang mendorong seseorang mengonsumsi media.

- 1) Motif informasi, pengguna dikatakan memiliki motif informasi apabila mereka:
 - a) Dapat informasi dari sesama pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
 - b) Dapat berbagi dan bertukar informasi dengan pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
 - c) Dapat memberi komentar dan merespon informasi dengan pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
- 2) Motif identitas pribadi, pengguna dikatakan memiliki motif identitas pribadi apabila mereka:
 - a) Dapat menampilkan foto profil di *Blackberry Messenger* (BBM).
 - b) Dapat memperbarui status di *Blackberry Messenger* (BBM).
- 3) Motif integrasi dan interaksi sosial, pengguna dikatakan memiliki motif integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:

- a) Mempunyai keinginan untuk dapat berinteraksi dengan mudah dan cepat ketika menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM).
 - b) Mempunyai keinginan untuk bisa berinteraksi dengan banyak teman di *group Blackberry Messenger* (BBM).
 - c) Mempunyai keinginan untuk mempunyai koneksi yang luas ke semua pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
- 4) Motif hiburan, pengguna dikatakan memiliki motif hiburan apabila mereka:
- a) Bisa bermain *emoticon*, stiker baru, *voice note* dengan teman-teman pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
 - b) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan dari konten *BBM channel*.
 - c) Dapat bersantai dengan mengisi waktu luang dengan obrolan bersama pengguna *Blackberry Messenger* (BBM).

Setiap pertanyaan diberikan lima alternatif jawaban. Untuk mengukurnya pemberian skor dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*. Skala ini menunjukkan kuatnya keinginan responden untuk mencari pemuasan melalui penggunaan *Blackberry Messenger* (BBM).

Tinggi rendahnya diukur dengan distribusi frekuensi pada pertanyaan-pertanyaan GS dengan kategori sebagai berikut:

- Sangat Tinggi: menunjukkan responden sangat mencari kepuasan pada aplikasi tersebut. Jika responden menjawab Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.
- Tinggi: menunjukkan responden mencari kepuasan pada aplikasi tersebut. Jika responden menjawab Sangat Setuju (S) diberi skor 4.
- Sedang: menunjukkan responden cukup mencari kepuasan pada aplikasi tersebut. Jika responden menjawab Ragu (R) diberi skor 3.
- Rendah: menunjukkan responden tidak ada keinginan untuk mencari kepuasan pada aplikasi tersebut. Jika responden menjawab Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- Sangat rendah: menunjukkan responden sangat tidak ada keinginan untuk mencari kepuasan pada aplikasi tersebut. Jika responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Dari ketentuan skor tersebut akan diperoleh nilai tertinggi $11 \times 5 = 55$ (sebagai batas atas) dan nilai terendah $11 \times 1 = 11$ (sebagai batas bawah). Untuk menentukan lima kelas yang menyatakan tingginya harapan responden untuk memuaskan

kebutuhannya melalui *Blackberry Messenger* (BBM) tersebut, maka diperoleh *range* (jarak) interval:

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

$$i = \frac{55 - 11}{5}$$

$$i = 8,8 \text{ dibulatkan menjadi } 9$$

Kategori lima kelas tingkat kepuasan yang diharapkan responden tersebut adalah:

- Sangat tinggi: 51 - 55, artinya responden memang sangat mengharapkan pemuasan kebutuhannya melalui aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Tinggi: 41 - 50, artinya responden mengharapkan pemuasan kebutuhannya melalui aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Sedang: 31 - 40, artinya responden cukup mengharapkan pemuasan kebutuhannya melalui aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Rendah: 21 - 30, artinya responden tidak mengharapkan pemuasan kebutuhannya melalui aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Sangat rendah: 11 - 20, artinya responden sangat tidak mengharapkan pemuasan kebutuhannya melalui aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).

b. Penggunaan Media

Penggunaan media pada responden dalam penelitian ini dihitung berdasarkan frekuensi dan jumlah waktu yang digunakan responden pada aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM). Indikator yang digunakan dalam mengukur pola penggunaan media adalah sebagai berikut:

1) Frekuensi

Frekuensi adalah tingkat keseringan responden dalam memakai aplikasi yang dimaksud. Dalam penelitian ini adalah berapa kali responden memakai *Blackberry Messenger* (BBM) dalam satu minggu, yaitu:

- Sangat sering: jika responden menggunakan BBM setiap hari.
- Sering: jika responden menggunakan 4 - 5 kali dalam setiap minggunya.
- Kadang-kadang: jika responden menggunakan 2 - 3 kali dalam setiap minggunya.
- Tidak pernah: jika responden tidak pernah menggunakan.

2) Lama waktu penggunaan

Lama waktu penggunaan adalah waktu rata-rata yang diberikan responden dalam sehari yang dinyatakan dalam satuan menit. Responden yang paling lama menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM) selama 90 menit sedangkan

responden yang paling sedikit menggunakan BBM hanya 10 menit dalam sehari.

- Sangat tinggi: jika responden menggunakan BBM selama 70 - 90 menit dalam sehari.
- Tinggi: jika responden menggunakan BBM selama 50 - 70 menit dalam sehari.
- Sedang: jika responden menggunakan BBM selama 30 - 50 menit dalam sehari.
- Rendah: jika responden menggunakan BBM selama 10 - 30 menit dalam sehari.

c. *Gratification Obtained*

Gratification obtained adalah sejumlah kepuasan nyata yang diperoleh individu atas terpenuhinya kebutuhan-kebutuhan tertentu setelah individu tersebut menggunakan media, dalam hal ini kebutuhan dapat dipenuhi setelah menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM). Kepuasan ini diukur berdasarkan terpenuhinya motif awal (*gratification sought*) yang mendasari individu dalam memilih media tertentu.

Kategori kepuasan yang diperoleh dalam penelitian ini dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Kepuasan informasi, pengguna dikatakan memiliki kepuasan informasi apabila mereka:

- a) Dapat informasi dari sesama pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
 - b) Dapat berbagi dan bertukar informasi dengan pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
 - c) Dapat memberi komentar dan merespon informasi dengan pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
- 2) Kepuasan identitas pribadi, pengguna dikatakan memiliki kepuasan identitas pribadi apabila mereka:
- a) Dapat menampilkan foto profil di *Blackberry Messenger* (BBM).
 - b) Dapat memperbarui status di *Blackberry Messenger* (BBM).
- 3) Kepuasan integrasi dan interaksi sosial, pengguna dikatakan memiliki kepuasan integrasi dan interaksi sosial apabila mereka:
- a) Mempunyai keinginan untuk dapat berinteraksi dengan mudah dan cepat ketika menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM).
 - b) Mempunyai keinginan untuk bisa berinteraksi dengan banyak teman di *group Blackberry Messenger* (BBM).
 - c) Keinginan untuk mempunyai koneksi yang luas ke semua pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.

4) Kepuasan hiburan, pengguna dikatakan memiliki kepuasan hiburan apabila mereka:

- a) Bisa bermain *emoticon*, stiker baru, *voice note* dengan teman-teman pengguna *Blackberry Messenger* (BBM) lainnya.
- b) Bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan dari konten *BBM channel*.
- c) Dapat bersantai dengan mengisi waktu luang dengan obrolan bersama pengguna *Blackberry Messenger* (BBM).

Tingkat kepuasan yang diperoleh diukur dengan 11 *item* pertanyaan kepuasan. Setiap pertanyaan diberikan empat alternatif jawaban. Untuk mengukurnya pemberian skor dilakukan dengan menggunakan skala *Likert*.

Tinggi rendahnya diukur dengan distribusi frekuensi pada pertanyaan-pertanyaan GO dengan kategori sebagai berikut:

- Sangat puas: menunjukkan bahwa responden sangat terpenuhi kebutuhannya setelah menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM). Jika responden menjawab Sangat Setuju (SS) diberi skor 5.
- Puas: menunjukkan bahwa responden terpenuhi kebutuhannya setelah menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM). Jika responden menjawab Setuju (S) diberi skor 4.

- Cukup puas: menunjukkan bahwa responden cukup terpenuhi kebutuhannya setelah menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM). Jika responden menjawab Setuju (S) diberi skor 3.
- Tidak puas: menunjukkan bahwa responden kurang terpenuhi kebutuhannya setelah menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM). Jika responden menjawab Tidak Setuju (TS) diberi skor 2.
- Sangat tidak puas: menunjukkan bahwa responden sama sekali tidak terpenuhi kebutuhannya setelah menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM). Jika responden menjawab Sangat Setuju (SS) diberi skor 1.

Dari ketentuan skor tersebut akan diperoleh nilai tertinggi $11 \times 5 = 55$ (sebagai batas atas) dan nilai terendah $11 \times 1 = 11$ (sebagai batas bawah). Untuk menentukan lima kelas yang menyatakan tingginya kepuasan responden dalam menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM) tersebut, maka diperoleh *range* (jarak) interval:

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

$$i = \frac{55 - 11}{5}$$

$$i = 8,8 \text{ dibulatkan menjadi } 9$$

Kategori lima kelas tingkat kepuasan responden tersebut adalah:

- Sangat tinggi: 51 - 55, artinya responden memang sangat puas menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Tinggi: 41 - 50, artinya responden memang puas menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Sedang: 31 - 40, artinya responden cukup puas menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Rendah: 21 - 30, artinya responden tidak puas menggunakan melalui aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).
- Sangat rendah: 11 - 20, artinya responden sangat tidak puas menggunakan aplikasi *Blackberry Messenger* (BBM).

2. Tabulasi

Tabel 3.2 Tabulasi Variabel Penelitian *Gratification Sought* santri ketika menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM)

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Pencapaian	Skala
1.	<i>Gratification Sought</i> : Gratifikasi yang diharapkan santri ketika menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> (BBM)	Motif informasi	1. Saya lebih mudah mendapatkan informasi dari sesama pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 2. Saya bisa berbagi dan bertukar informasi dengan teman-teman lain di kontak <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i> ⁶⁵

⁶⁵Skala *Likert* merupakan metode penskalaan pernyataan sikap dengan menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan skala serta tidak menggunakan kelompok penilai. Dalam skala *Likert*, kuantifikasi dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan (dalam suatu kontinum) terhadap objek sikap tertentu. Skala model *Likert*, kategori respon terdiri dari lima, mulai dari Sangat Setuju, Setuju, Tidak Pasti/ Tidak Memutuskan, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju, bila pernyataan itu sifatnya positif diberi skor 5, 4, 3, 2, 1, dan bila pernyataan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, 5. Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 84.

			3. Saya dapat komentar serta merespon informasi dengan pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM) lainnya. (+)	
2.		Motif identitas pribadi	4. Saya bisa menampilkan foto profil di <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 5. Saya bisa memperbarui status di <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i>
3.		Motif integrasi dan interaksi sosial	6. Saya dapat berinteraksi dengan mudah dan cepat, karena banyak teman-teman lain yang menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 7. Saya dapat berinteraksi dengan banyak teman di <i>group Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 8. Saya mempunyai koneksi yang luas ke semua teman-teman pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM) lainnya. (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i>
4.		Motif hiburan	9. Saya bisa bermain <i>emoticon</i> , stiker baru, <i>voice note</i> dengan teman-teman pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM) lainnya. (+) 10. Saya bisa bersantai dengan mengisi waktu luang dengan obrolan bersama pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 11. Saya bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan dari konten <i>BBM channel</i> . (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i>

Sumber: Data Primer

Tabel 3.3 Tabulasi Variabel Penelitian *Gratification Obtained* santri ketika menggunakan *Blackberry Messenger* (BBM)

No.	Variabel Penelitian	Indikator	Pencapaian	Skala
1.	<i>Gratification Obtained</i> : Gratifikasi yang didapatkan santri ketika menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> (BBM)	Kepuasan informasi	1. Saya lebih mudah mendapatkan informasi dari sesama pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 2. Saya bisa berbagi dan bertukar informasi dengan teman-teman lain di kontak <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 3. Saya dapat komentar serta merespon informasi dengan pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM) lainnya. (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i> ⁶⁶
2.		Kepuasan identitas pribadi	4. Saya bisa menampilkan foto profil di <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 5. Saya bisa memperbarui status di <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i>
3.		Kepuasan integrasi dan interaksi sosial	6. Saya dapat berinteraksi dengan mudah dan cepat, karena banyak teman-teman lain yang menggunakan <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 7. Saya dapat berinteraksi dengan banyak teman di <i>group Blackberry Messenger</i> (BBM). (+) 8. Saya mempunyai koneksi yang luas ke semua teman-teman pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM) lainnya. (+)	Interval dengan skala data <i>Likert</i>

⁶⁶Skala *Likert* merupakan metode penskalaan pernyataan sikap dengan menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentuan skala serta tidak menggunakan kelompok penilai. Dalam skala *Likert*, kuantifikasi dilakukan dengan menghitung respon kesetujuan atau ketidaksetujuan (dalam suatu kontinum) terhadap objek sikap tertentu. Skala model *Likert*, kategori respon terdiri dari lima, mulai dari Sangat Setuju, Setuju, Tidak Pasti/ Tidak Memutuskan, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju, bila pernyataan itu sifatnya positif diberi skor 5, 4, 3, 2, 1, dan bila pernyataan negatif diberi skor 1, 2, 3, 4, 5. Uhar Suharsaputra, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan* (Bandung: PT Refika Aditama, 2012), 84.

4.		Kepuasan hiburan	<p>9. Saya bisa bermain <i>emoticon</i>, stiker baru, <i>voice note</i> dengan teman-teman pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM) lainnya. (+)</p> <p>10. Saya bisa bersantai dengan mengisi waktu luang dengan obrolan bersama pengguna <i>Blackberry Messenger</i> (BBM). (+)</p> <p>11. Saya bisa mendapatkan hiburan dan kesenangan dari konten BBM <i>channel</i>. (+)</p>	Interval dengan skala data <i>Likert</i>
----	--	------------------	---	--

Sumber: Data Primer

G. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kuantitatif merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul.⁶⁷ Dalam penelitian ini menggunakan jenis analisis univariat. Analisis univariat adalah analisis terhadap satu variabel. Jenis analisis ini dilakukan untuk riset deskriptif, dan menggunakan statistik deskriptif. Hasil perhitungan statistik deskriptif ini nantinya merupakan dasar bagi perhitungan analisis berikutnya, misalnya untuk menghitung hubungan antarvariabel.⁶⁸

Statistik deskriptif berfungsi untuk mendiskripsikan atau memberi gambaran tentang motif dan kepuasan santri Pondok Pesantren Al-Ishlah Kota Kediri terhadap penggunaan *Blackberry Messenger* (BBM) melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis

⁶⁷Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&G.*, 147.

⁶⁸Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*, 166.

dan membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum. Dalam statistik deskriptif akan dikemukakan cara-cara penyajian data, dengan tabel biasa maupun distribusi frekuensi.⁶⁹ Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu lainnya. Beberapa jenis teknik yang termasuk kategori statistik deskriptif yang sering digunakan antara lain tabel (distribusi) frekuensi dan tendensi sentral.⁷⁰



⁶⁹Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian.*, 29.

⁷⁰Tendensi sentral bertujuan untuk mendapatkan ciri khas tertentu dalam bentuk sebuah nilai bilangan yang merupakan ciri khas dari bilangan tersebut. Ada tiga bentuk tendensi sentral yang sering digunakan, yaitu mean, median, dan modus. Lihat Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran.*, hal 168.