

## **BAB III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1. Objek Penelitian**

Twitter merupakan sebuah media sosial yang didirikan oleh Jack Dorsey pada tahun 2006 dan mulai banyak digunakan pada 2007. Jejaring sosial gratis ini membatasi penggunaanya mengirim pesan atau status yang disebut tweet. Pengguna twitter dapat mengirim pesan kepada pengikutnya (followers) dan dapat menjadi pengikut pada sebuah akun (following). (Sumber:Wikipedia).

Pengirim pesan dapat membatasi hanya kepada lingkup pertemanannya saja (memprivate akun) maupun menyebarkannya kepada publik. Pengguna dapat menggunakan twitter dengan menggunakan internet baik melalui komputer, laptop, ataupun smartphone. Aplikasi yang dapat digunakan pun beragam seperti tweetcaster, uber sosial, twitter for blackberry, twitter for android, tweetdeck maupun yang lainnya.

Selain itu melalui twitter penggunaanya pun dapat mengirimkan foto melalui aplikasi tweetpict. Dengan menggunakan aplikasi ini mereka dapat mengupload dan saling berkirim foto. Balasan pesan di twitter dikenal dengan sebutan retweet. Pesan dikirimkan dibatasi hanya 140 karakter saja, oleh karena itu twitter dikenal sebagai SMS multimedia.

Blog memungkinkan penggunaanya untuk melakukan citizen journalism melalui artikel, sedangkan melalui twitter penggunaanya dapat melakukan citizen journalism dengan cara mengirimkan pesan singkat. Kelebihan dari twitter ini

adalah dapat mengirimkan pesan singkat dengan cepat sehingga informasi lebih mudah tersebar dan diterima oleh khalayak.

Saat ini twitter yang cepat dan ringkas banyak digunakan baik oleh perorangan untuk kepentingan pribadi, instansi, bisnis maupun media sebagai sarana informasi publik.

Dalam teori motivasi Denis Mcquail membagi motif penggunaan media menjadi empat bagian yaitu Informasi, Interaksi Sosial, Identitas Pribadi dan Hiburan. Berikut ada beberapa contoh postingan di media sosial twitter yang memenuhi motif-motif tersebut.

Pada saat ini melalui twitter pengguna dapat mendapatkan berbagai informasi baik dari dalam maupun luar negeri. Bahkan pada saat ini sudah banyak perusahaan media yang menggunakan twitter sebagai salah satu sarana untuk memberikan informasi kepada para konsumennya.

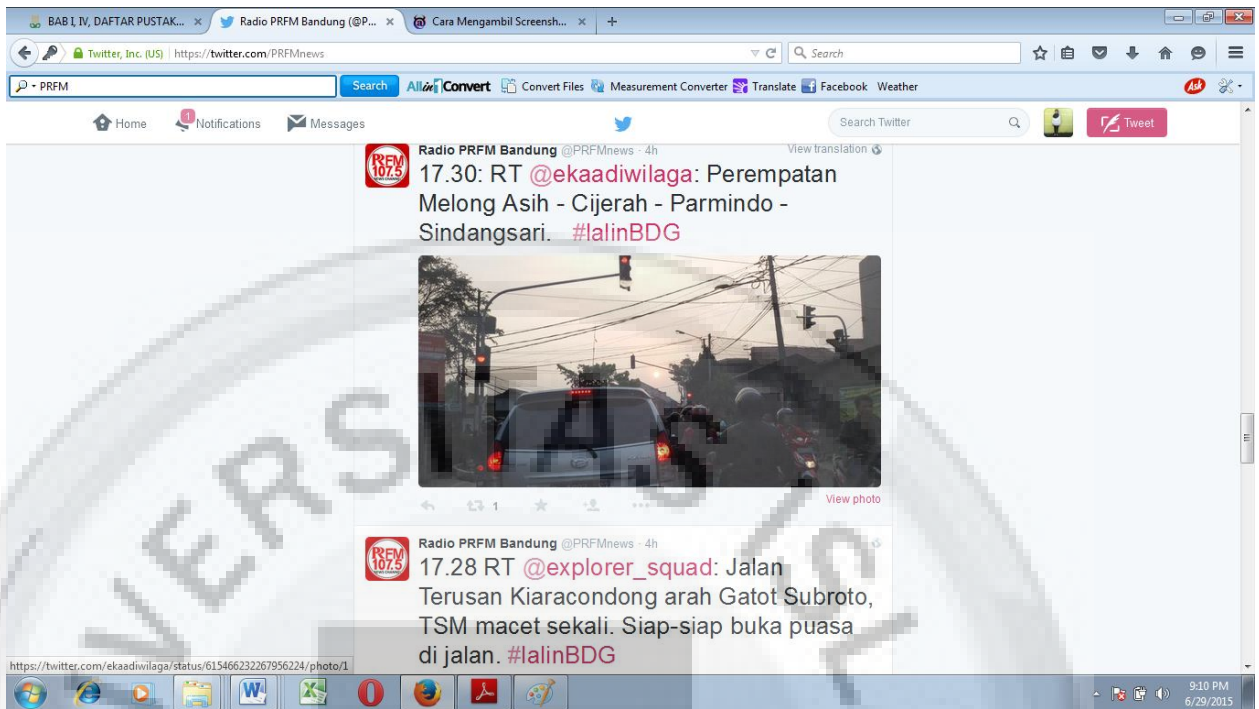
Melalui twitter media tersebut dapat memposting link yang sudah disambungkan terhadap web onlinenya sehingga pengguna lebih mudah untuk mengaksesnya. Contohnya saja tempo, pada awalnya tempo hanya memiliki media cetak saja namun seiring berkembangnya zaman pada saat ini tempo sudah memiliki akun media sosial twitter untuk lebih mempermudah kebutuhan informasi konsumennya karena twitter dapat dengan mudah dibuka kapanpun dan dimana pun. Selain tempo banyak media lain yang sudah membuat akun twitter untuk memberikan informasi bagi penggunanya seperti Kompas, Pikiran Rakyat, Pikiran Rakyat FM, selain itu banyak juga stasiun televisi yang membuat akun twitter untuk memberikan informasi tentang tayangan yang ada di stasiun televisi

tersebut seperti RCTI, SCTV dan lain sebagainya. Stasiun radio pun banyak yang sudah memiliki akun twitter seperti Rase FM, Ardan Radio dan lain sebagainya. Selain itu melalui twitter pengguna juga dapat mengetahui informasi yang lainnya seperti info cuaca dan lalu lintas, contohnya saja akun twitter Jasa Marga yang berisi informasi tentang lalu lintas.



**Gambar 3.1**

**Sumber: Twitter Tempo @tempodotco**



**Gambar 3.2.**

**Sumber: Twitter PRFM @prfmnews**



**Gambar 3.3**

**Sumber: Twitter JASAMARGA @PTJASAMARGA**

Sesuai dengan tujuannya media sosial twitter dibuat untuk mempermudah penggunanya berinteraksi dengan sesama penggunanya. Interaksi terjadi ketika pemilik akun twitter saling me-retweet postingan pengguna lainnya. Selain itu media sosial twitter juga dapat digunakan untuk menemukan teman baru dan menemukan objek atau topik pembicaraan. Contohnya saja sekumpulan orang yang tergabung dalam suatu fanbase (kumpulan fans seorang artis) melalui akun tersebut mereka dapat saling berkenalan satu sama lain ataupun membahas tentang artis tersebut. Bahkan tak jarang mereka dapat mengadakan suatu pertemuan. Selain itu interaksi melalui twitter juga seringkali dilakukan di akun twitter salah satu acara televisi, di sana para penikmat acara tersebut dapat saling berinteraksi dan berbagi informasi

Berikut ada beberapa contoh interaksi di twitter.



**Gambar 3.4**

**Sumber: Twitter Hafiz Indonesia @hafizindo2015**

Motif identitas pribadi adalah alasan pengguna twitter untuk mencari kelebihan dan mendapatkan nilai-nilai penunjang dalam kehidupannya sebagai mahasiswa melalui media sosial twitter. Selain itu setelah menggunakan twitter pengguna berharap bisa menjadi lebih terbuka terhadap orang lain. Melalui twitter para pengguna bisa saling menilai dan memberi tahu kekurangan dan kelebihan masing-masing. Selain itu twitter juga diharapkan bisa membantu untuk mendapatkan nilai-nilai penunjang dalam kehidupannya sebagai mahasiswa misalnya saja untuk mencari bahan untuk menyelesaikan tugas tugas kuliah.

Motif hiburan adalah keinginan atau alasan pengguna twitter untuk mendapatkan hiburan dan kesenangan setelah menggunakan media sosial ini. Salah satu kelebihan twitter adalah mudah digunakan kapan saja dan dimana saja sehingga cocok digunakan untuk mengisi waktu luang. Saat ini banyak penulis buku humor yang memiliki akun twitter untuk memberikan hiburan bagi penggemar melalui media sosial. *Tweet* yang diposting juga berupa hal-hal lucu dan menarik untuk dibaca. Contohnya saja @radityadika @indrawidjaya ataupun @pocooong.

## **3.2. Metodologi Penelitian**

### **3.2.1. Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif analisis dimana peneliti hanya mengamati kemudian menjabarkan hasil penelitian tersebut. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan (tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi). Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk mengembangkan

masalah-masalah dari suatu fenomena yang dihubungkan dengan teori untuk memecahkan masalah secara nasional.

Ruslan dalam bukunya *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi* yang mengemukakan bahwa:

Dalam penelitian Deskriptif, untuk menggambarkan tentang karakteristik ciri-ciri individu, situasi atau kelompok tertentu. Penelitian relatif sederhana yang tidak memerlukan landasan teoritis rumit atau pengajuan hipotesis tertentu. (2004:12)

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Studi Deskriptif Kuantitatif. “Metode ini bertujuan untuk melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi atau bidang tertentu secara faktual dan cermat” (Isac and Michael: 18).

Penelitian deskriptif ini juga ditujukan untuk mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, membuat perbandingan atau evaluasi, mengumpulkan atau menuangkan data dari lapangan melalui observasi, angket dan wawancara untuk kemudian di analisis dengan cermat mengenai Peran Media Sosial Twitter dalam memenuhi Motif Informasi, Identitas Pribadi, Interaksi Sosial dan Hiburan Mahasiswa Unisba.

Desain riset kuantitatif sudah dilakukan sebelum riset , selain itu desainnya dibuat secara terstruktur dan sistematis mulai dari perumusan masalah, definisi konsep, definisi operasional, hipotesis sampai dengan teknik analisis data. Desain riset kuantitatif bisa bervariasi tergantung metode maupun jenis riset yang digunakan. Desain riset eksplanatif tentu saja berbeda dengan riset eksploratif,



pada penelitian deskriptif misalnya tidak harus mencantumkan hipotesis seperti yang ada dalam desain eksplanatif. (Kriyantono: 2014, 88-89).

Menurut Rakhmat (2001) metode deskriptif hanya menjabarkan suatu peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian ini lahir karena kebutuhan contohnya saja pemilik media radio atau televisi ingin mengetahui bagaimana kepuasan konsumennya maka dapat dilakukan penelitian secara deskriptif.

### **3.2.2. Populasi dan Sampel**

#### **a. Populasi**

Sifat-sifat kumpulan objek penelitian dapat ditemukan dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan objek penelitian yang dapat berupa orang, kelompok dan organisasi. Dalam penelitian, objek penelitian merupakan satuan unsur-unsur populasi.

Pengertian populasi Sugiono yang dikutip Ruslan dalam bukunya “Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi” adalah sebagai berikut:

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari; objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya. (2004:133)

Populasi adalah kumpulan objek penelitian bisa berupa orang, kelompok, lembaga, buku, kata-kata, surat kabar (Rakhmat, 2001: 78). Sugiyono (2005:55) menyebut populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek atau objek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik sesuatu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan. Populasi bisa

berupa orang, organisasi, kata-kata, simbol-simbol, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan lainnya. Objek riset ini juga diberi satuan analisis yang akan diriset.

Dalam penelitian ini populasi yang akan diambil adalah mahasiswa yang mempunyai akun twitter dan aktif menggunakannya.

#### **b. Sampel**

Menurut Rakhmat dalam bukunya “Metode Penelitian Komunikasi”, sampel adalah bagian dari populasi yang akan dipelajari dan diamati untuk diteliti (2004:106). Sampel dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu populasi, maka teknik sampling membutuhkan perhatian yang seksama agar didapat hasil yang representatif. Sampel yang representatif harus mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proposional dari populasi. Untuk menentukan besar kecilnya sampel yang baik menurut *Gay & Dhiel* yang dikutip oleh Ruslan dalam bukunya *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, yaitu:

Semakin besar sampelnya maka kecenderungan lebih representative dan hasilnya lebih general, maka ukuran sampel dapat diterima tergantung pada jenis penelitiannya, yaitu maksimum tolak ukurnya:

1. Penelitian deskriptif, yaitu sekurang-kurangnya 100 sampel atau 10% dari populasi.
2. Penelitian korelasi, sekitar 30 subjek untuk objek penelitian.
3. Penelitian klausal-perbandingan, sekitar 30 subjek perkelompok.
4. Penelitian eksperimental, yaitu minimum sekitar 15 subjek perkelompok. (2004:147)

Ada empat rancangan sample dalam kategori sampel probabilitas

yaitu (1) sampling random sederhana, (2) sampling sistematis, (3) sampling berstrata, dan (4) sampling klaster.

Sampling random sederhana merupakan yang paling banyak dipakai. Untuk menarik sampel seperti ini kita cukup menuliskan semua unsur populasi pada searik kertas, kemudian mengundinya sampai dicapai jumlah yang dikehendaki.

Sampling Klaster, teknik ini berkaitan dengan teknik Sampling area dimana populasi yang berada di daerah besar dibagi dalam beberapa area yang lebih kecil dan jelas batas-batasnya. Selain itu, pembagian dan pengelompokan, karena itu dikenal pula dengan nama klaster banyak tahap. (Kriyantono, 2014: 158).

Sampling Berstrata, dalam teknik ini populasi dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori yang disebut strata. Strata ini bisa berupa usia, kota, jenis kelamin, agama, tingkat penghasilan dan sebagainya. Teknik ini digunakan untuk populasi bersifat heterogen dan berstrata karena merupakan sebuah prosedur untuk mensurvei segmen atau strata yang berbeda dari suatu populasi.

Penelitian ini menggunakan teknik cluster multistage yaitu teknik sampling area dimana populasi yang jumlahnya besar dibagi kepada kelompok-kelompok kecil. Pengelompokan tersebut menggunakan beberapa tahap pengelompokan yang dikenal dengan nama cluster multi stage.

Penelitian ini dilakukan pada mahasiswa yang berkuliah di Kota Bandung, maka peneliti melakukan teknik penarikan sampling sebagai berikut.

- a. Sebagai populasi pertama mahasiswa dikelompokkan berdasarkan universitas yang ada di kota Bandung yaitu Universitas Padjajaran, Universitas Pasundan, Universitas Maranatha,

Univesitas Parahiyangan, Universitas Islam Bandung, Universitas Jendral Ahmad Yani, Universitas Widyatama, Universitas Komputer, Universitas Islam Nusantara, Universitas Winaya Mukti, Telkom University dan Universitas Langlang Buana. Kemudian populasi dipilih secara random (acak) maka keluarlah Universitas Islam Bandung.

#### Kerangka Sampling

No	Nama Universitas
1	Universitas Padjajaran
2	Universitas Pasundan
3	Universitas Maranatha
4	Universitas Parahiyangan
5	Universitas Islam Bandung
6	Universitas Jendral Ahmad Yani
7	Universitas Widyatama
8	Universitas Islam Nusantara
9	Universitas Winaya Mukti
10	Universitas Komputer
11	Universitas Langlang Buana
12	Telkom Univercity

- b. Wilayah Universitas Islam Bandung adalah populasi kedua. Di sini mahasiswa dikelompokkan berdasarkan fakultas yang ada, yaitu Fakultas Syariah, Fakultas Tarbiyah, Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah), Fakultas Hukum, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam, Fakultas Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi dan Fakultas Kedokteran. Setelah dipilih secara random (acak) maka terpilihlah Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah

#### Kerangka Sampling

No	Fakultas
1	Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)
2	Fakultas Tarbiyah
3	Fakultas Syariah
4	Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam
5	Fakultas Hukum
6	Fakultas Ilmu Komunikasi
7	Fakultas Ekonomi
8	Fakultas Psikologi
9	Fakultas Teknik
10	Fakultas Kedokteran

Menurut survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet (APJII) pengguna Media sosial Twitter rata-rata berumur 19-21 tahun oleh karena itu peneliti hanya memfokuskan responden yang dianggap bisa memenuhi Kriteria tersebut maka peneliti mengambil angkatan 2012, 2013 dan 2014 untuk menjadi responden penelitian. Mahasiswa Fakultas Dakwah angkatan 2012, 2013 dan 2014 berjumlah kurang lebih 120 orang, peneliti mengambil sampel 50% dari jumlah tersebut yaitu 60 orang responden.

Setelah melakukan teknik populasi sampling tersebut maka responden dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Penyiaran Islam (Dakwah) angkatan 2012, 2013 dan 2014.

### 3.2.3. Operasional Variabel

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Ukuran	No Item	Skala
Motif Penggunaan Twitter	Motif Informasi	Mencari Informasi untuk kebutuhan sehari-hari	mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan masyarakat terdekat	1	Ordinal
		Mencari Informasi sehari-hari dan dunia	mengetahui berbagai informasi mengenai peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan	2	Ordinal

			keadaan dunia.		
		Mendapatkan saran atas masalah yang sedang dihadapi	Mendapatkan solusi dari beberapa masalah yang sedang dihadapi.	3	Ordinal
		Ketenangan karena mendapatkan informasi	memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.	4	Ordinal
		Memenuhi kebutuhan informasi	memenuhi kebutuhan informasi bagi penggunanya	5	Ordinal
	Motif Identitas Pribadi	Menemukan nilai-nilai penunjang sebagai mahasiswa	membantu penggunanya untuk menjadi lebih terbuka	1	Ordinal
		Menemukan kelebihan sebagai mahasiswa	membantu pengguna untuk mengetahui kelebihannya	2	Ordinal
	Motif Interaksi Sosial	Menemukan teman atau kenalan baru	mendapatkan teman atau kenalan baru	1	Ordinal
		Berinteraksi dengan orang lain	Melakukan interaksi dengan orang lain	2	Ordinal
		Menemukan topic	Menemukan bahan untuk dibicarakan	3	Ordinal

		pembicaraan	dengan orang lain		
	Motif Hiburan	Melepaskan diri dari permasalahan	menyelesaikan permasalahan yang sedang terjadi	1	Ordinal
		Bersantai dan mengisi waktu luang	Digunakan ketika bersantai dan mengisi waktu luang	2	Ordinal
		Sarana untuk menyalurkan emosi	Menyalurkan emosi melalui media ini	3	Ordinal
		Mendapatkan hiburan dan kesenangan	Merasa senang dan terhibur setelah menggunakan media ini	4	Ordinal

#### 3.2.4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini ada beberapa teknik pengumpulan data yang diambil oleh peneliti.

1. Menyebarkan pertanyaan yang tertulis dalam angket dan disebarakan kepada responden yang sudah ditentukan.
2. Studi pustaka dengan menggunakan literatur buku, jurnal maupun situs internet.
3. Melakukan wawancara singkat dengan beberapa narasumber

Yaitu dengan cara mengumpulkan sumber-sumber ilmiah untuk dijadikan sebagai acuan bagi pemikiran dan pertimbangan terhadap hal-hal yang berkaitan dengan masalah yang dibahas (Singaribun, 1989:70).



## Skala pengukuran

Skala pengukuran untuk penelitian ini menggunakan skala likert. Zikmund dan Babin (2010:318) menjelaskan bahwa skala likert merupakan ukuran sikap yang dirancang untuk memungkinkan responden menilai seberapa kuat mereka setuju atau tidak setuju dengan pertanyaan yang distruktur secara sempurna, mulai dari sangat positif hingga sikap yang sangat negative terhadap beberapa objek.

Masing-masing indikator dari tiap variabel akan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal (ordinal scale) tidak hanya mengategorikan variabel-variabel untuk menunjukkan perbedaan di antara kategori, tetapi juga mengurutkan ke dalam beberapa cara (Sekaran.2006: 17).

Menurut Haryadi S. dan Winda J. (2011: 6), untuk mengurangi adanya rancu atau bias karena responden cenderung memilih jawaban yang netral atau di tengah sehingga sulit dianalisis, maka alternatif jawaban dibuat genap dan diberi bobot nilai. Dalam hal ini, skala pengukuran dan skor nilainya adalah sebagai berikut :

- 1) a : 5
- 2) b : 4
- 3) c : 3
- 4) d : 2
- 5). E : 1

### 3.2.5. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini akan dilakukan dengan cara membaca dan menganalisis tabel-tabel pertanyaan yang didapatkan dari angket responden.

1. Analisis Univariat yaitu analisis terhadap satu variabel. Jenis analisis ini dilakukan untuk riset deskriptif, dan menggunakan statistik deskriptif. (Kriyantono, 2006:168).

2. Tabel Distribusi Frekuensi

Kegunaan dari tabel distribusi frekuensi adalah untuk membantu peneliti untuk mengolah data.

Sudjana dalam bukunya “Metode Statistika”, menginterpretasikan angka-angka frekuensi serta persentase atas jawaban responden dengan rumusan sebagai berikut:

$$P = \frac{Fi}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase

*Fi* = Frekuensi yang diketahui

n = Jumlah Sampel

Sumber Sudjana (1997-150)

### 3.2.6. Uji Validitas dan Realibilitas

#### Uji Validitas

Menggunakan rumus dari Spearman korelasi *product moment* ( $r$ ) sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum XY_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

keterangan :

$r$  = koefisien korelasi

$\sum x$  = jumlah skor item

$\sum y$  = jumlah skor total

$N$  = jumlah responden

Dengan kriteria sebagai berikut :

Valid : nilai  $r_{hitung} \geq$  nilai  $r_{tabel}$

Tidak valid : nilai  $r_{hitung} <$  nilai  $r_{tabel}$

Nilai  $r_{tabel}$  dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) sebesar 10%, dan  $N = 20$  diperoleh nilai  $r_{tabel}$  sebesar 0,3783. Adapun pengujian validitas menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) version 17.0 for windows dengan hasil output yang dapat dilihat pada lampiran. Berikut ini hasil uji validitas instrument penelitian dapat dilihat pada table berikut ini :

**Tabel 3.1.**

**Validitas Variabel Motif Informasi**

Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
P1	0,650	0,000	Valid
P2	0,548	0,000	Valid
P3	0,664	0,000	Valid
P4	0,774	0,000	Valid
P5	0,637	0,000	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS data penelitian

Keterangan :

Jika nilai signifikansi (sig) > 0.05 maka  $H_0$  diterima yaitu item tersebut tidak signifikan berarti item pernyataan tersebut tidak dapat menjadi alat ukur penelitian

Jika nilai signifikansi (sig) < 0.05 maka  $H_0$  ditolak yaitu item tersebut signifikan berarti item pernyataan tersebut dapat menjadi alat ukur penelitian

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan maka seluruh indikator pertanyaan yang ada pada motif informasi valid untuk digunakan ke dalam angket penelitian.

**Tabel 3.2.**

**Validitas Variabel Motif Identitas Pribadi**

Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
P1	0,912	0,000	Valid
P2	0,889	0,000	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS data penelitian

Keterangan :

Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima yaitu item tersebut tidak signifikan berarti item pernyataan tersebut tidak dapat menjadi alat ukur penelitian

Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ )  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak yaitu item tersebut signifikan berarti item pernyataan tersebut dapat menjadi alat ukur penelitian.

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan maka seluruh indikator pertanyaan yang ada pada motif identitas pribadi valid untuk digunakan ke dalam angket penelitian.

**Tabel 3.3.**

**Validitas Variabel Motif Interaksi dan Integrasi Sosial**

Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
P1	0,712	0,000	Valid
P2	0,503	0,005	Valid
P3	0,474	0,008	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS data penelitian

Keterangan :

Jika nilai signifikansi (sig) > 0.05 maka  $H_0$  diterima yaitu item tersebut tidak signifikan berarti item pernyataan tersebut tidak dapat menjadi alat ukur penelitian

Jika nilai signifikansi (sig) < 0.05 maka  $H_0$  ditolak yaitu item tersebut signifikan berarti item pernyataan tersebut dapat menjadi alat ukur penelitian

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan maka seluruh indikator pertanyaan yang ada pada motif interaksi sosial valid untuk digunakan ke dalam angket penelitian.

**Tabel 3.4.**

**Validitas Variabel Motif Hiburan**

Item Pertanyaan	Koefisien Korelasi	Nilai Sig.	Keterangan
P1	0,786	0,000	Valid
P2	0,798	0,000	Valid
P3	0,844	0,000	Valid
P4	0,482	0,007	Valid

Sumber: Perhitungan SPSS data penelitian

Keterangan :

Jika nilai signifikansi (sig) > 0.05 maka  $H_0$  diterima yaitu item tersebut tidak signifikan berarti item pernyataan tersebut tidak dapat menjadi alat ukur penelitian

Jika nilai signifikansi ( $\text{sig}$ ) < 0.05 maka  $H_0$  ditolak yaitu item tersebut signifikan berarti item pernyataan tersebut dapat menjadi alatukur penelitian

Berdasarkan uji validitas yang telah dilakukan maka seluruh indikator pertanyaan yang ada pada motif hiburan valid untuk digunakan ke dalam angket penelitian.

### Uji Realibilitas

Untuk menentukan keeratan hubungan digunakan kriteria yang menyatakan “Reliabilitas suatu konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach Alpha  $\geq 0,70$ ”.

Rumus:

$$\alpha = \left( \frac{N}{(N-1)} \right) \left( 1 - \frac{\sum \sigma^2_{item}}{\sigma^2_{total}} \right)$$

Keterangan:

$\alpha$  = koefisien reliabilitas instrumen *Cronbach's Alpha*

$N$  = banyaknya pertanyaan

$\sigma^2_{item}$  = *variance* dari pertanyaan

$\sigma^2_{total}$  = *variance* dari skor

jika nilai alpha > 0,7 artinya reliabilitas mencukupi (*sufficient reliability*) sementara jika alpha < 0,80 ini mensugestikan seluruh item reliable dan seluruh tes secara konsisten secara interval karena memiliki reliabelitas yang kuat. Atau, ada pula yang memaknakannya sebagai berikut:

- Jika alpha > 0,90 maka reliabelitas sempurna.
- Jika alpha antara 0,70- 0,90 maka reliabelitas tinggi.

- Jika alpha antara 0,50 – 0,70 maka reliabelitas moderat.
- Jika alpha < 0,500 maka reliabelitas rendah.

Jika alpha rendah, kemungkinan satu atau beberapa item tidak reliable.

Segera identifikasi dengan prosedur analisis per item. *Item analysis* adalah kelanjutan dari tes Alpha sebelumnya guna melihat item- item tertentu (Azwar, 2007:160).

penghitungan Reliabilitas digunakan SPSS versi 17. Dengan hasil uji seperti tabel berikut :

#### Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Motif Informasi

Cronbach's Alpha	N of Items
.648	5

Nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui kelayakan kuesioner jika dilakukan penelitian yang sama di tempat yang lain (hanya pertanyaan yang valid).

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.648 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 65% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.648 maka reliabilitas moderat dan masih dapat digunakan



### Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Motif Identitas Pribadi

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	2

Nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui kelayakan kuesioner jika dilakukan penelitian yang sama di tempat yang lain (hanya pertanyaan yang valid).

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.800 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 80% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.800 maka reliabilitas tinggi.

### Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Motif Interaksi Sosial

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	3

Nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui kelayakan kuesioner jika dilakukan penelitian yang sama di tempat yang lain (hanya pertanyaan yang valid).

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.815 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 81% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.815 maka reliabilitas tinggi.

### Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Motif Hiburan

Cronbach's Alpha	N of Items
.892	4

Nilai Cronbach's Alpha untuk mengetahui kelayakan kuesioner jika dilakukan penelitian yang sama di tempat yang lain (hanya pertanyaan yang valid).

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.892 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 89% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.892 maka reliabilitas tinggi.