

BAB III

METODOLOGI

A. Paradigma Penelitian

Paradigma dapat diartikan sebagai suatu sudut pandang dalam melihat suatu fenomena atau gejala sosial.⁴⁵ Penelitian ini menggunakan paradigma *positivis* (klasik). Pada penelitian ini paradigma *positivis* dipakai karena ingin melihat pengaruh kualitas media dan kualitas pesan terhadap dampak komunikasi papan pengumuman elektronik Fakultas Teknik Universitas Indonesia (Jendela Informasi-04). Hal ini sesuai dengan pendapat dari Nasution, bahwa ciri-ciri pendekatan *positivisme* adalah:⁴⁶

1. Logika eksperimennya dengan memanipulasi variabel yang terukur secara kuantitatif untuk mencari hubungan sebab – akibat dengan variabel – variabel lainnya.
2. Secara universal dapat meliputi semua kasus penelitian, walaupun dengan pengolahan statistik, dicapai tingkat probabilitas dengan mementingkan *sampling* demi menggeneralisasikan.
3. Netralitas pengamatan terhadap gejala – gejala yang dikaji secara langsung dengan mengabaikan apa yang tidak dapat diamati dan diukur dan diukur melalui instrument secara valid dan handal.

⁴⁵ Bambang Prasetyo dan Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. (Penerbit: PT RajaGrafindo Persada, 2005). Hal. 25

⁴⁶ Nasution. S., *Metode Penelitian Naturalistik – Kualitatif*. (Transito: Bandung, 1980). Hal. 32.

B. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan diperkaya dengan metode kualitatif. Metode kuantitatif digunakan untuk mengukur Dampak Komunikasi dari Jendela Informasi Fakultas Teknik Universitas Indonesia.

Pendekatan kuantitatif digunakan dalam penelitian ini karena penelitian kuantitatif menekankan secara khusus dalam mengukur variabel-variabel dan pembuktian hipotesis yang berkaitan dengan penjelasan suatu hubungan.⁴⁷

Metode kualitatif digunakan untuk menjelaskan proses dibalik keberadaan, perkembangan dan bagaimana monitor informasi tersebut beroperasi.

Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati⁴⁸

C. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat eksplanatif yaitu berusaha memberikan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi. Hasil akhir dari penelitian ini adalah gambaran mengenai hubungan sebab akibat. Penelitian ini mencoba untuk melihat pengaruh antara variabel kualitas

⁴⁷ W. Laurence Newman. *Social Research Methods Qualitative and Quantitative Approach*. 3rd edition. (Allyn & Bacon: USA, 1997) Hal. 51.

⁴⁸ Lexy J. Moleong. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: Ramaja Rosdakarya, 2000). Hal. 3.

media dan kualitas pesan dengan dampak komunikasinya. Karena itu penelitian dengan sifat seperti ini membutuhkan sampel dan hipotesis.⁴⁹

Penelitian eksplanatif juga bertujuan untuk menjelaskan gambaran suatu kondisi, karakteristik-karakteristik dari suatu fenomena atau obyek, khususnya menjelaskan hubungan antar variabel yang bentuk hubungannya akan dibuktikan berdasarkan hipotesis penelitian dan juga untuk memahami bagaimana hubungan fungsional yang sebenarnya terdapat di antara faktor-faktor yang dianggap sebagai penyebab dan efek yang diperkirakan akan terjadi.⁵⁰

D. Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan suatu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur sistematis, logis dan proses pencarian data yang valid, baik diperoleh secara langsung (data primer) maupun tidak langsung (data sekunder) untuk keperluan analisis dan pelaksanaan pembahasan suatu riset secara benar untuk menemukan kesimpulan, memperoleh jawaban dan sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi oleh peneliti⁵¹.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* yang merupakan salah satu metode penelitian yang biasa digunakan untuk pengumpulan data-data kuantitatif.⁵²

⁴⁹ Burhan Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. (Jakarta: Prenada Media. 2005). Hal. 27

⁵⁰ Thomas C. Kinneer dan James R. Taylor, *Marketing Research: An Applied Approach 4th Edition*, (McGraw Hill Inc.: USA, 1999). Hal. 141

⁵¹ Rosady Ruslan. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. (Penerbit: PT RajaGrafindo Perkasa. Jakarta. 2004). Hal. 27

⁵² Courtldan L. Bovee dan William F. Arens, *Adverstising 3rd Edition*, (USA, Richard D. Irwin, Inc., 1992), Hal. 188.

Survey adalah penyelidikan yang diadakan untuk memperoleh fakta-fakta dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan-keterangan secara faktual, baik tentang institusi, sosial, ekonomi, atau politik dari suatu kelompok atau suatu daerah.⁵³

Metode *survey* adalah metode pengumpulan data primer dengan memperolehnya secara langsung dari sumber lapangan penelitian. Metode survei merupakan bentuk penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.⁵⁴

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumbernya atau obyek penelitian perorangan, kelompok dan organisasi yang diolah sendiri untuk kemudian dimanfaatkan.⁵⁵ Semua data ini merupakan data mentah yang akan diproses untuk tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhannya. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara *survey* dengan menggunakan kuesioner dan wawancara mendalam.

Kuesioner merupakan suatu daftar yang berisikan suatu rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu hal atau dalam sesuatu bidang. Dengan demikian maka kuesioner dimaksudkan sebagai suatu

⁵³ Moh. Nazir. *Metode Penelitian*. (Penerbit: Ghalia Indonesia. Jakarta. 1998). Hal. 29

⁵⁴ Masri Singarimbun dan Sofian Efendi. *Metode Penelitian Survei*. (LP3ES. Jakarta. 1989). Hal. 9.

⁵⁵ Rosady Ruslan. *Op. Cit.* Hal. 29

pertanyaan untuk memperoleh data berupa jawaban-jawaban dari para responden.⁵⁶

2. Data Sekunder

Penelitian ini tidak hanya ditunjang oleh data-data primer yang diperoleh peneliti dari hasil kuesioner, melainkan juga ditunjang oleh data sekunder. Data sekunder adalah data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara untuk dimanfaatkan dalam suatu penelitian.⁵⁷ Data sekunder dalam penelitian ini antara lain adalah *Video Profile Digital Campus* Fakultas Teknik Universitas Indonesia dan studi pustaka.

Studi kepustakaan dilakukan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan dengan topik penelitian, seperti annual report, buletin internal, artikel-artikel, dan sebagainya. Kajian terhadap data-data tersebut kemudian digunakan untuk memahami dan merumuskan permasalahan, merekonstruksi pemikiran, dan menganalisa hasil penelitian.⁵⁸

E. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan

⁵⁶ Koentjaraningrat, et. al, *Metode-Metode Penelitian Masyarakat*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 1994. Hal. 173.

⁵⁷ Rosady Ruslan..*Op. Cit.* Hal. 138

⁵⁸ Jalaluddin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, PT. Remaja Rosdakarya, 1997). Hal. 37.

kemudian ditarik suatu kesimpulan.⁵⁹ Populasi dapat diartikan juga sebagai satuan yang ingin diteliti, atau jumlah total manusia yang cocok dijadikan responden atau yang cukup relevan dengan suatu penelitian.⁶⁰ Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa S1 Reguler Fakultas Teknik Universitas Indonesia di kampus Depok yang masih aktif berkuliah dan beraktivitas di lingkungan kampus FTUI pada jam pengoperasian JI-04.

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil atau kelompok yang dapat dikendalikan dan ditarik dari populasi. Sampel harus mampu mewakili populasi yang diteliti sehingga hasil penelitian yang dilakukan pada sampel dianggap cukup untuk mewakili populasi. Secara metodologis hasil dari suatu survei yang menggunakan sampel seringkali lebih akurat.⁶¹ Menurut Gay & Diehl, ukuran sampel untuk penelitian korelasi secara minimal adalah sejumlah 30 orang.⁶² Sampel memegang peranan penting karena banyak membantu pengambilan kesimpulan untuk banyak kasus bilamana tidak cukup waktu tersedia untuk mengambil semua data yang ada di populasi.⁶³

⁵⁹ Rosady Ruslan. *Op. Cit.* Hal. 133

⁶⁰ Neuman W. Lawrence, *Social Research Methods: Qualitative dan Quantitative Approach 4th Edition*, USA, Allyn&Bacon, A Viacom Company, 2000, h. 249

⁶¹ Eryanto. *Metodologi Polling*. Cetakan pertama. (Penerbit: PT Remaja Rosdakarya. Bandung. 1999). Hal. 35

⁶² Rosady Ruslan. *Op.Cit.* Hal. 147

⁶³ Dergibson Siagian dan Sugiarto, *Metode Statistika: Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jakarta, PT Gramedia Pustaka Utama, 2006,. Hal. 115.

Pada penelitian ini sampel yang dipakai adalah sebagian mahasiswa FTUI dengan karakteristik merupakan mahasiswa yang berasal dari program S1 reguler yang masih berkuliah dan beraktivitas di lingkungan kampus FTUI pada jam pengoperasian Jendela Informasi - 04.

F. Unit Analisis dan Unit Observasi

Unit analisis merupakan bagian yang sangat penting dalam suatu penelitian sebab melaluinya seluruh informasi utama akan diperoleh. Oleh karena itu yang harus dipertimbangkan adalah masalah relevan atau setidaknya masalah yang diteliti dengan unit analisis yang didefinisikan peneliti.

Dalam kasus penelitian ini, unit analisis dan unit observasi yang diteliti adalah sama yaitu individu-individu mahasiswa program sarjana reguler S1 FTUI.

G. Teknik Penarikan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik penarikan sampel probabilitas. Dimana pemilihan sampel tidak dilakukan secara subyektif, dalam arti tidak didasarkan semata-mata pada keinginan peneliti.⁶⁴ Ini berarti bahwa setiap unsur populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.⁶⁵

Sampel ditetapkan berdasarkan Sampel *Cluster Random Sampling* dimana populasi dianggap heterogen menurut suatu karakteristik tertentu

⁶⁴ Dergibson Siagian & Sugiarto. *Op. Cit.* Hal. 116

⁶⁵ Rosady Ruslan. *Op.Cit.* Hal. 151

dan terlebih dahulu dikelompokkan dalam beberapa subpopulasi sehingga setiap subpopulasi memiliki anggota sampel yang relatif lebih homogen.

Untuk penelitian ini jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Yamane, yaitu:

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

Keterangan :

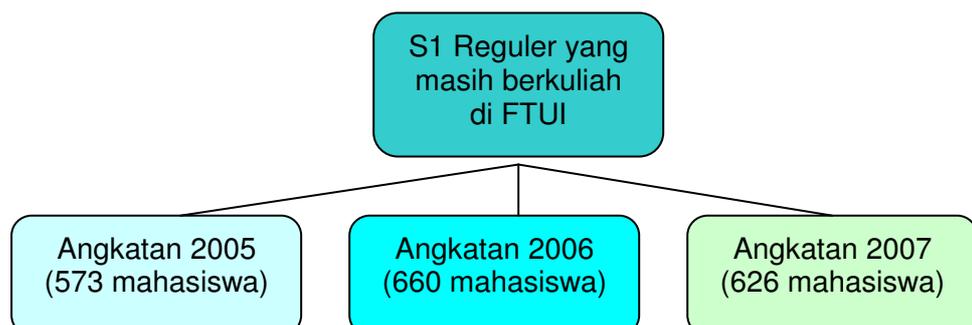
n : Besar sampel

N : Jumlah sampel

d : Presisi sebesar 10% atau 0,1

Mahasiswa S1 Reguler Fakultas Teknik Universitas Indonesia yang masih berkuliah dan berada di kampus pada jam beroperasinya Jendela Informasi – 04 berjumlah 1859 mahasiswa yang terbagi dalam angkatan 2005 (573 mahasiswa), 2006 (660 mahasiswa), dan 2007 (626 mahasiswa). Angkatan 2004 tidak dimasukkan menjadi salah satu *cluster* penelitian ini karena mereka sudah tidak aktif berkuliah di kampus FTUI sejak dimulainya penelitian ini.

Gambar 3.1
Cluster Angkatan Mahasiswa S1 Reguler FTUI



Selanjutnya dihitung besarnya total sampel dengan rumus Yamane :

$$n = \frac{1859}{1859 (0,1)^2 + 1}$$
$$= 94$$

Tahap berikutnya adalah menentukan banyaknya sampel pada setiap *cluster* angkatan dengan *proporsional random sampling*:

$$\text{Angkatan 2005} = \frac{573}{1859} \times 94 = 28,9 = 29$$

$$\text{Angkatan 2006} = \frac{660}{1859} \times 94 = 33,37 = 33$$

$$\text{Angkatan 2007} = \frac{626}{1859} \times 94 = 31,6 = 29$$

Untuk menentukan interval dalam penarikan sampel dari daftar adalah dengan membagi jumlah populasi per-*cluster* dengan banyaknya sampel per-*cluster* :

$$\text{Angkatan 2005} = \frac{573}{29} = 19,7 = 20$$

$$\text{Angkatan 2006} = \frac{660}{33} = 20$$

$$\text{Angkatan 2007} = \frac{626}{32} = 19,5 = 19$$

H. Hipotesis

a. Hipotesis penelitian

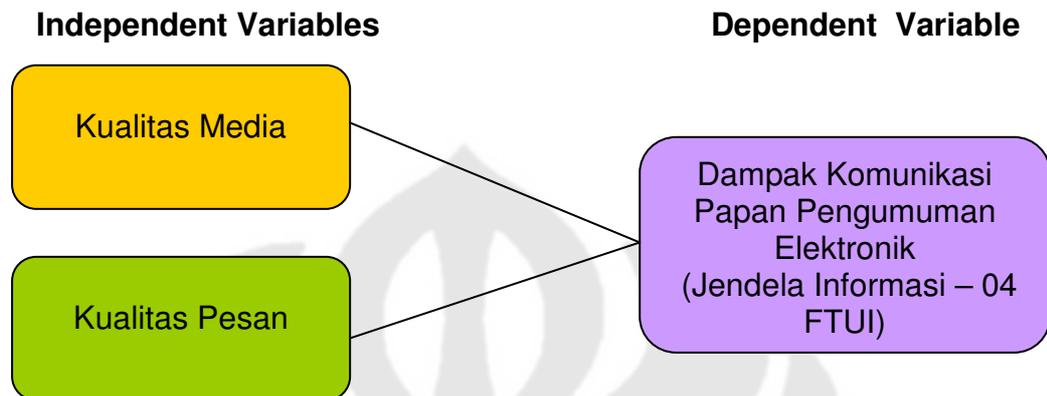
H1 : Variabel bebas kualitas media dan kualitas pesan berpengaruh terhadap variabel terikat dampak komunikasi.

Ho : Variabel bebas kualitas media dan kualitas pesan tidak berpengaruh terhadap variabel terikat dampak komunikasi.

b. Hipotesis Statistik

$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

I. Model Analisis



J. Operasionalisasi Konsep

Variabel	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Media	Visually Appealing (Tampilan menarik)	-	Bentuk monitor yang menarik dan sesuai	Likert
			Ukuran monitor yang menarik dan sesuai	
			Desain tampilan flash yang bagus/menarik	
			Font yang digunakan bagus/menarik	
			Warna yang digunakan bagus/menarik	
	Valuable or Useful (Bernilai atau berguna)	-	Papan pengumuman elektronik berguna untuk mendapatkan informasi	
			Papan pengumuman elektronik memiliki nilai lebih dalam menyampaikan informasi dibanding media lain	
	Current and timely (Kebaruan dan kecepatan)	-	Papan pengumuman elektronik menyampaikan informasi terbaru	
			Papan pengumuman elektronik dapat mempercepat perolehan informasi	
			Papan pengumuman elektronik menyampaikan setiap halaman flash dalam waktu yang tepat (durasi penayangan per-flash)	
	Easy to find (Mudah ditemukan)	-	Papan pengumuman elektronik ini mudah ditemukan	
			Papan Pengumuman elektronik ini mudah dilihat	
Papan pengumuman elektronik ini diletakkan di tempat strategis				
Kualitas Pesan	Attention tahap yang diciptakan dengan tujuan untuk menarik perhatian dari <i>audience</i>	-	Kemampuan isi pesan dalam menarik perhatian khalayak	Likert
			Kemampuan panjangnya pesan dalam menarik perhatian khalayak	
			Kemampuan pemilihan kata dan susunan kalimat dalam menarik perhatian khalayak	
	Need pada tahap ini suatu pesan diharapkan dapat mengembangkan atau menjelaskan suatu cara tentang permasalahan-permasalahan yang mungkin muncul	-	Kemampuan isi pesan dalam memenuhi kebutuhan khalayak	
			Kemampuan pemilihan kata dan susunan kalimat dalam menjelaskan informasi	
	Satisfaction tahap dimana suatu pesan dapat menyajikan suatu pemecahan atas		Kemampuan cara penulisan dalam memuaskan khalayak	

	permasalahan yang telah muncul, pesan dapat menyampaikan bagaimana cara pemecahan masalah tersebut, atau singkatnya, suatu pesan mampu membuat <i>audience</i> berpikir	-	Kemampuan isi pesan dalam memberikan solusi kepada khalayak		
	Visualization tahap dimana suatu pesan mulai diharapkan mampu mempersuasi <i>audience</i>	-	Kemampuan isi pesan dalam mempersuasi khalayak		
			Kemampuan pemilihan kata dan susunan kalimat dalam mempersuasi tindakan khalayak		
	Action suatu pesan harus memiliki kemampuan untuk mempengaruhi <i>audience</i> untuk melakukan tindakan tertentu	-	Kemampuan isi pesan dalam mendorong tindakan khalayak		
			Kemampuan pemilihan kata dan susunan kalimat dalam mendorong tindakan khalayak		
Dampak Komunikasi Hierarchy of Effect menyediakan sudut pandang umum untuk menganalisa dampak komunikasi. Premis dasar model ini adalah dampak dari pesan yang akan muncul dalam suatu periode waktu	Kognisi meliputi apa yang dipikirkan dan diketahui oleh individu mengenai suatu objek. Hal ini didasarkan pada <i>knowledge, opinion, faith</i> dan <i>value</i>	Awareness Penerima pesan dan informasi atau receiver pertama harus sadar akan media yang menyampaikan informasi tersebut	Pengenalan terhadap keberadaan papan pengumuman elektronik	Likert	
			Pengenalan terhadap fisik papan pengumuman elektronik (ukuran, bentuk, desain, warna, tipografi, letak.)		
			Peningkatan pengenalan khalayak tentang FTUI		
			Knowledge Setelah timbul awareness, receiver harus mendapat informasi tentang pengetahuan pesan/berita dan media yang menyampaikannya		Mengetahui fungsi dari papan pengumuman elektronik
					Mengetahui waktu pengoperasian
					Mengetahui tujuan keberadaan papan pengumuman elektronik
					Mengetahui isi pesan, berita dan informasi
					Mengetahui durasi penayangan tiap flash
					Mengetahui cara memperoleh informasi lebih lanjut tentang berita di papan pengumuman elektronik
Peningkatan pengetahuan khalayak mengenai FTUI					
Afeksi perasaan suka khalayak terhadap media informasi dan kecenderungan khalayak untuk memilih menggunakan media tersebut dibanding media yang lain	Liking Informasi dan pengetahuan yang didapat konsumen mungkin mengakibatkan kesukaan, suatu perasaan atau sikap positif terhadap pesan dan media yang menyampaikan		Menyukai fisik papan pengumuman elektronik (ukuran, bentuk, desain, warna, tipografi, letak)		
			Menyukai fungsi dari papan pengumuman elektronik		
			Menyukai tujuan keberadaan papan pengumuman elektronik		
			Menyukai isi pesan, berita, dan informasinya		

			Menyukai cara memperoleh informasi lebih lanjut tentang berita di papan pengumuman elektronik	
			Peningkatan kesukaan khalayak terhadap FTUI	
		Preference Perasaan positif dapat membawa receiver pada suatu preference/preferensi untuk menggunakan suatu media dibanding media lainnya	Tertarik terhadap fisik papan pengumuman elektronik (ukuran, bentuk, desain, warna, tipografi, letak) dibanding media informasi yang lain	
			Tertarik terhadap isi pesan, berita dan informasi dibanding media informasi yang lain	
			Peningkatan ketertarikan khalayak terhadap FTUI	
		Conviction Conviction timbul ketika receiver menjadi yakin bahwa dia harus memperoleh informasi dari media tersebut dan menindak lanjuti informasi yang diperolehnya (membentuk niat).	Keyakinan terhadap keberadaan papan pengumuman elektronik	
			Keyakinan akan tujuan keberadaan papan pengumuman elektronik	
	Konasi tindakan dimana konsumen telah mengetahui kelebihan media, khalayak merasa yakin bahwa media ini dapat memenuhi kebutuhannya akan informasi dan memberikan solusi bagi masalah yang dihadapinya	Purchase (Action) Perasaan keyakinan tersebut membawa khalayak kepada perilaku dan tindakan nyata atas informasi yang diperolehnya dari media tersebut.	Membaca papan pengumuman elektronik	
			Memperhatikan papan pengumuman elektronik	
			Menindaklanjuti pesan, berita, dan informasi yang ada di papan pengumuman elektronik	
			Memasang/memasukkan informasi/iklan di papan pengumuman elektronik	
			Memberikan saran untuk perkembangan papan pengumuman elektronik	
			Menyarankan kepada yang lain untuk melihat atau menggunakan papan pengumuman elektronik	

K. Metode Analisis Data

Data yang didapatkan dari survei lapangan selanjutnya akan dianalisis dengan menggunakan metode statistik dengan bantuan perangkat lunak SPSS (Statistical Program for Social Science) versi 12.0 untuk mempercepat perhitungan. Analisis data dilakukan dalam tiga tahap yaitu univariat, bivariat dan multivariat.

1. Analisis Data Univariat

Analisis data univariat disajikan dalam bentuk tabel distribusi frekuensi dan pie chart untuk frekuensi mahasiswa dalam melihat JI-04 selama seminggu, Letak JI-04 yang paling strategis, dan Informasi yang paling sering dibaca oleh mahasiswa.

2. Analisis Data Bivariat

Analisis data Bivariat adalah analisa yang digunakan untuk menggambarkan hubungan antara dua variabel dan juga mengetahui bagaimana arah hubungan yang ada dalam hubungan tersebut (asimetrik, simetrik, resiprokal, dan yang lainnya).

Kuesioner untuk menjawab tentang kualitas media, kualitas pesan dan dampak komunikasi menggunakan skala likert. Jawaban menggunakan skala ini mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban tersebut diberi skor, sebagaimana terlihat pada tabel berikut:

Tabel 3.1.
Pemberian Skor Berdasarkan Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Metode statistik yang digunakan dalam analisis bivariat adalah:

- c. Analisis dengan menggunakan *Pearson Correlations* untuk melihat hubungan antara variabel bebas kualitas media dan kualitas pesan dengan variabel terikat dampak komunikasi dan mengukur kekuatan hubungan. Interpretasi kekuatan hubungan akan melihat tabel berikut ini :

Tabel 3.2.
Koefisien Korelasi (r)

Nilai Koefisien Korelasi (r)	Kekuatan Hubungan
0,0	Sangat Lemah
0,10 – 0,29	Lemah
0,30 – 0,49	Sedang
0,50 – 0,69	Kuat
≥ 0,70	Sangat kuat

b. Analisa dengan uji regresi. Uji regresi digunakan untuk menguji hubungan antara sebuah variabel dependen dengan beberapa variabel independen . Dalam uji regresi ini variabel dependennya adalah dampak komunikasi dan variabel independennya adalah kualitas media dan kualitas pesan. Uji regresi yang dilakukan adalah uji regresi linier sederhana. Dalam uji regresi linier ini ingin diketahui pengaruh variabel bebas (dependen) kualitas media dan kualitas pesan terhadap variabel terikat (independen) dampak komunikasi.

Persamaan umum uji regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat X = Variabel Bebas

a = Konstanta regresi b = Koefisien regresi variabel bebas

3. Analisis Data Multivariat

Metode statistik yang digunakan dalam analisis multivariat adalah uji regresi linear berganda. Metode ini digunakan karena terdapat beberapa variabel independent yang mempengaruhi variabel dependen. Analisis regresi dilakukan untuk melihat pengaruh suatu variabel bebas (*Independent Variable*) terhadap variabel terikat (*Dependent Variable*). Tujuan lain dilakukannya analisis regresi adalah untuk menaksir besarnya efek kuantitatif suatu kejadian terhadap kejadian lain.

Analisis regresi dimana terdapat lebih dari satu variabel bebas disebut sebagai regresi linier berganda (*Multiple*

Regression). Bentuk umum persamaan regresi linier berganda adalah:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Y = Variabel terikat (Dependent Variable)

X₁, X₂, ... X_n = Variabel bebas (Independent Variable)

b₁, b₂, ..., b_n = Koefisien Regresi

L. Uji Reliabilitas dan Validitas

Pada bagian ini penulis akan melakukan pengujian reabilitas dan validitas untuk mengetahui instrumen yang reliable dan valid. Tujuannya agar data yang diambil benar-benar valid, yakni benar-benar mengukur apa yang hendak diukur. Kemudian instrumen tersebut harus reliabel, artinya “konstan” atau “konsisten” di dalam pengambilan data.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh suatu alat ukur mengukur apa yang hendak diukur. Sedangkan uji reliabilitas dilakukan untuk melihat seberapa jauh alat ukur memberikan hasil yang relatif sama bila dilakukan pengukuran kembali terhadap gejala yang sama untuk waktu yang berbeda, atau jika dilakukan pengukuran dalam kondisi pengujian yang berbeda.⁶⁶

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kekonsistenan pernyataan yang berhubungan dengan tindakan supervisi dapat dipercaya atau diandalkan, salah satu teknik yang dapat digunakan adalah Cronbach Coefficient Alpha yaitu suatu

⁶⁶ Anastasi & S. Urbina, *Psychological Testing*. (7th ed. USA : Prentice-Hall, 1997). Hal. 39.

formula untuk mengetahui konsistensi reliabilitas internal ketika suatu skala pengukuran terdiri dari beberapa item.

Pengujian reliabilitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut sudah reliabel, yang artinya konsisten dalam mengukur apa yang ingin diukur. Reliabilitas adalah konsistensi skor tes atau kemampuan skor tes untuk di-reproduksi. Untuk itu digunakan metode internal konsistensi dengan tehnik Alpha Cronbach yang mengukur konsistensi dan homogenitas item yaitu interkorelasi antar item-item dalam suatu alat ukur yang sama.

Koefisien Alpha dapat digunakan sebagai indeks dari internal konsistensi, yaitu karakteristik yang dimiliki oleh tes karena interkorelasi positif dari item-item tes tersebut. Reliabilitas berkaitan dengan keterandalan dan konsistensi suatu indikator. Maksudnya, informasi yang ditunjukkan oleh indikator ini tidak berubah-ubah karena karakter indikator itu sendiri atau dengan kata lain konsistensi indikator itu sendiri. Dengan kata lain, bila pengamatan dilakukan dengan perangkat ukur yang sama lebih dari satu kali hasil pengamatan itu sama. Bila tidak sama dikatakan perangkat ukur itu tidak reliabel. Semakin tinggi koefisien Alpha berarti tes tersebut semakin konsisten dan homogen dalam mengukur apa yang hendak diukur. Adapun rumus dari koefisien Alpha adalah :

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left(1 - \frac{\sum S^2_{\text{item}}}{S^2_{\text{total}}} \right)$$

α = Koefisien Alpha-Cronbach

K = Banyaknya item

S^2_{item} = varians setiap item

S^2_{total} = varians keseluruhan tes

Koefisien reliabilitas adalah indeks yang menyatakan pengaruh relative skor error dan skor sebenarnya pada jawaban responden yang diperoleh. Koefisien ini menerangkan perbandingan varians skor yang sebenarnya pada jawaban yang diperoleh. Ini dilambangkan dengan koefisien reliabilitas yaitu α . Dalam suatu penelitian α yang reliable adalah $> 0,50$.⁶⁷ Dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 30 responden ($n=30$).

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas media, kualitas pesan dan dampak komunikasi.

Tabel 3.3.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Kualitas Media	0,838	19
Kualitas Pesan	0,890	13
Dampak Komunikasi	0,907	33

Berdasarkan Tabel 3.3 uji reliabilitas yang dilakukan pada variabel-variabel dalam penelitian ini seluruhnya memenuhi syarat nilai minimum *Alpha Cronbach*, angkanya melebihi 0,5.

⁶⁷ J.P. Guilford. *Fundamentals Statistic in Psychology and Education*. (New York: Mc. Graw-Hill. 1978). Hal. 430

Hal ini berarti keseluruhan indikator untuk mengukur variabel dalam penelitian sangat reliabel.

2. Uji Validitas

Validitas menunjukkan tingkat/derajat untuk mana bukti mendukung kesimpulan yang ditarik dari skor yang diturunkan dari ukuran atau tingkat mana skala mengukur apa yang seharusnya diukur. Suatu kuesioner yang memuat pertanyaan tidak jelas bagi responden termasuk tidak sah (tidak valid). Kalau kita menarik kesimpulan bahwa skor pada suatu pengukuran mencerminkan tingkat kepuasan mahasiswa, kita perlu informasi untuk menilai seberapa baik penarikan kesimpulan didukung.

Validitas menunjukkan sejauh mana alat pengukur itu mengukur apa yang akan diukur. Dalam nilai suatu alat ukur, si peneliti mempertanyakan apakah alat ukur itu memang mencerminkan variabel atau konsep yang hendak diukur.⁶⁸ Menurut Arikunto, suatu kuesioner dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana data yang

⁶⁸ Singarimbun Masri & Sofian Efendi. *Metode Penelitian Survei*. (LP3ES: Jakarta, 1989). Hal.124

terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang validitas yang dimaksud.⁶⁹

Pengujian validitas berarti tingkat ketepatan suatu pengukuran. Validitas ini mampu memberikan gambaran sejauh mana ketepatan hasil suatu pengukuran dengan makna dan tujuan diadakan pengukuran tersebut. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui apakah instrument (kuesioner) dapat mengukur variabel yang diteliti secara tepat.⁷⁰ Sebuah variabel dikatakan valid apabila setelah diuji angka KMO and Bartlett's Test-nya adalah $> 0,50$.

Berikut ini adalah hasil pengujian validitas terhadap variabel-variabel dalam penelitian ini, yaitu kualitas media, kualitas pesan, dan dampak komunikasi.

Tabel 3.4.
Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Media

Uji Validitas	KMO and Bartlett's Test	N of Items
Uji awal	0,440	19
Uji akhir	0,745	6

Variabel Kualitas Media memiliki total pertanyaan 33 yang reliabel. Setelah diuji validitasnya, nilai KMO dan Bartlett's langsung muncul, namun angkanya belum memenuhi syarat uji validitas, yaitu 0,440. Kemudian diuji kembali dengan membuang pertanyaan-pertanyaan yang tidak valid hingga

134 ⁶⁹ Suharsimi Arikunto. *Prosedur penelitian* (Jakarta: Penerbit Rineka Cipta, 1996). Hal

⁷⁰ Yarnest. *Panduan Aplikasi Statistik*. (Malang. Dioma. 2004). Hal 63.

mendapatkan nilai KMO and Bartlett's yang valid. Nilai KMO and Bartlett's didapatkan 0,745 dengan sisa 6 pertanyaan. Hal ini menunjukkan pada variabel kualitas media, dari 19 pertanyaan, cukup banyak pertanyaan dihilangkan karena tidak valid, yaitu 13 pertanyaan.

Pertanyaan yang terbuang tersebut adalah dari dimensi visually appealing (seluruhnya, 6 pertanyaan), valuable or useful (4 pertanyaan), current and timely (2 pertanyaan), easy to find (1 pertanyaan)

Tabel 3.5.

Tabel Uji Validitas Variabel Kualitas Pesan

Uji Validitas	KMO and Bartlett's Test	N of Items
Uji awal	0,749	13
Uji akhir	0,787	9

Variabel Kualitas Pesan memiliki total pertanyaan 13 yang reliabel. Setelah diuji validitasnya, nilai KMO dan Bartlett's langsung muncul, dan angkanya sudah memenuhi syarat uji validitas, yaitu 0,749. Kemudian diuji kembali dengan membuang pertanyaan-pertanyaan untuk mengurangi kolom pada component matrix hingga mendapatkan nilai KMO and Bartlett's yang lebih valid. Nilai KMO and Bartlett's akhir yang didapatkan adalah 0,787 dengan sisa 9 pertanyaan. Hal ini menunjukkan pada variabel kualitas pesan, dari 13 pertanyaan dihilangkan 4 pertanyaan untuk meningkatkan nilai validitasnya.

Pertanyaan yang terbuang tersebut adalah dari dimensi Need (seluruhnya, 4 pertanyaan), dan pertanyaan-pertanyaan dari dimensi attention, satisfaction, visualization, action seluruhnya masih dapat digunakan.

Tabel 3.6.

Tabel Uji Validitas Variabel Dampak Komunikasi

Uji Validitas	KMO and Bartlett's Test	N of Items
Uji awal	0,260	33
Uji akhir	0,776	7

Variabel dampak komunikasi memiliki total pertanyaan 33 yang reliabel. Setelah diuji validitasnya, nilai KMO dan Bartlett's baru muncul setelah menghilangkan 5 pertanyaan yaitu 0,453. Kemudian diuji kembali hingga mendapatkan nilai KMO and Bartlett's yang valid. Nilai KMO and Bartlett's didapatkan 0,776 dengan sisa 7 pertanyaan. Hal ini menunjukkan dari 33 pertanyaan, sangat banyak yang dihilangkan karena tidak valid, yaitu 26 pertanyaan.

Pertanyaan yang terbuang tersebut adalah dari dimensi Kognisi, sub dimensi awareness (seluruhnya, 3 pertanyaan), knowledge (6 pertanyaan), dimensi afeksi, sub dimensi liking (seluruhnya, 7 pertanyaan), preference (2 pertanyaan), conviction (seluruhnya, 2 pertanyaan), dimensi konasi, sub dimensi purchase (8 pertanyaan)

M. Kelemahan Penelitian

Kelemahan-kelemahan dan keterbatasan-keterbatasan pada penelitian ini antara lain adalah:

1. Generalisasi hasil penelitian yang belum bisa mewakili pendapat semua orang dan bahkan harapan segenap populasi fakultas, yaitu publik internal (sivitas akademika). Walaupun untuk mengolah data dengan teknik SPSS diperlukan minimal 30 orang responden, akan tetapi mengingat jumlah publik internal FTUI yang aktif hingga saat ini mencapai ratusan orang bahkan mencapai angka ribuan, maka responden berjumlah 94 orang tergolong sangat minim.
2. Masih sedikitnya tinjauan literatur, teori dan konsep yang membahas mengenai papan pengumuman elektronik seperti Jendela Informasi – 04 FTUI yang dijadikan objek penelitian. Sehingga peneliti harus menggunakan teori dan konsep dari media baru (*website*) yang dinilai mendekati fungsi dan cara kerja papan pengumuman elektronik.
3. Penarikan sampel hanya pada mahasiswa S1 Reguler angkatan 2005, 2006, dan 2007. Sehingga kurang mewakili seluruh mahasiswa yang ada dari seluruh program. Untuk hasil yang lebih baik seharusnya dilakukan pemerataan dari mulai mahasiswa S1 Reguler, S1 Ekstensi, S1 Internasional, S2 dan mahasiswa S3 walaupun resikonya jumlah sampel menjadi sangat besar.
4. Adanya kemungkinan terjadinya kesalahan didalam memberikan interpretasi terhadap data yang ditemukan terkait dengan keterbatasan peneliti dalam memahami konsep dan teori yang digunakan.