

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Gambaran Umum Trans 7

TRANS7 merupakan salah satu televisi swasta besar di Indonesia. Dengan komitmen menyajikan tayangan berupa informasi dan hiburan, TRANS7 senantiasa menghiasi layar kaca Indonesia. Sebelumnya, stasiun televisi ini dikenal dengan nama TV7 yang didirikan tanggal 25 November 2001. Sebagian besar kepemilikan saham TV 7 dimiliki oleh Gramedia Group. Pada 4 Agustus 2006, Trans Corporation mengakuisisi mayoritas saham PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh sehingga TV 7 kini dimiliki oleh PT. Duta Visual Nusantara Tivi Tujuh dan Trans Group. Sejak saat itulah kemudian TV 7 melakukan *re-launch* (peluncuran ulang) pada tanggal 15 Desember 2006 dan mengganti namanya menjadi PT. Televisi Transformasi 7 (TRANS7). Stasiun televisi ini beralamat di Jl. Kapten P. Tandean, Kavling 12-14 A Jakarta 12790, Indonesia.

PT. Televisi Transformasi 7 (TRANS7) berada di bawah naungan Para Group. Para Group adalah perusahaan yang dimiliki oleh konglomerat Chairul Tanjung. Para Group memiliki Para Inti Holdindo sebagai *holding company*, yang membawahi beberapa anak perusahaan. Pada akhir tahun 2012, bersama dengan TRANS TV dan Detikcom dalam media CT Group berada di bawah payung TRANSMEDIA.

Semenjak berada di bawah naungan TRANSMEDIA, TRANS7 banyak menunjukkan kemajuan yang pesat. Berbeda saat menjadi TV 7, terhitung mulai 2007, keuntungan yang dicapai TRANS7 telah mencapai puncaknya. Bahkan menurut Chairul Tanjung dalam bukunya *Chairul Tanjung Si Anak Singkong* mengemukakan bahwa keuntungan TRANS7 melebihi TRANS TV sebagai saudaranya sendiri. TRANS7 diharapkan menjadi televisi yang maju, dengan program-program *in-house productions* yang bersifat informatif, kreatif dan inovatif.

Berlandaskan komitmen yang kuat, TRANS7 lahir untuk menyajikan tayangan yang mengutamakan kecerdasan, ketajaman, kehangatan penuh hiburan serta kepribadian yang aktif. Pada dasarnya siaran TRANS7 menganut konsep *general entertainment*, dimana pemirsa dapat menikmati tayangan hiburan drama maupun non drama serta tayangan berita informasi yang dikemas secara menarik, bersifat menghibur serta mendidik.

Program-program yang disajikan TRANS7 merupakan program *in-house production*. Artinya, program-program yang disajikan merupakan program-program yang diproduksi sendiri tanpa campur tangan pihak luar. TRANS7 menyuguhkan banyak pilihan program baik informasi atau hiburan yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat Indonesia. Hal inilah yang menjadikan TRANS7 memiliki ciri khas yang berbeda dari stasiun televisi lainnya.

3.1.1.1 Visi dan Misi

a. Visi

- Dalam jangka panjang, TRANS7 menjadi stasiun televisi terbaik di Indonesia dan di ASEAN.
- TRANS7 juga berkomitmen selalu memberikan yang terbaik bagi *stakeholder* dengan menayangkan program yang berkualitas, berperilaku berdasarkan nilai-nilai normal budaya kerja yang dapat diterima oleh *stakeholder* serta mitra kerja, dan memberikan kontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan serta kecerdasan masyarakat.

b. Misi

- TRANS7 menjadi wadah ide dan aspirasi guna mengedukasi dan meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
- TRANS7 berkomitmen untuk menjaga keutuhan bangsa serta nilai-nilai demokrasi dengan memperbaharui kualitas tayangan bermoral yang dapat diterima masyarakat dan mitra kerja.

3.1.1.2 Logo

Sebagai media besar yang terdepan di Indonesia, TRANS MEDIA tentu saja memiliki identitas diri yang kuat. Bukan saja hanya konsep dari tayangan-tayangan yang dijadikan sebagai identitas, logo juga termasuk bagian terpenting sebagai identitas diri perusahaan. TRANS7 pernah melakukan beberapa kali penggantian logo, dan yang terbaru, pada tanggal

15 Desember 2013 silam TRANSMEDIA *me-launching* logo barunya bersamaan dengan ulang tahun TRANSMEDIA yang ke-12.

Gambar 3.1
Logo Trans 7



Sumber: Company Profile Trans 7

Logo dengan simbol “**Diamond A**” di tengah kata TRANS TV dan TRANS7 merefleksikan kekuatan dan semangat baru yang memberikan inspirasi bagi semua orang didalamnya untuk menghasilkan karya yang gemilang, *diversifikasi* konten atau keunikan tersendiri serta kepemimpinan yang kuat.

Masing-masing warna dari logo ini memiliki makna dan filosofis. Warna kuning sebagai cerminan warna keemasan pasir pantai yang berbinar dan hasil alam nusantara sekaligus melambangkan optimisme masyarakat Indonesia. Sedangkan rangkaian warna hijau menggambarkan kekayaan alam Indonesia yang hijau dan subur, serta memiliki ketangguhan sejarah bangsa. Warna biru melambangkan luasnya

cakrawala dan laut biru sekaligus menggambarkan kekuatan generasi muda bangsa Indonesia yang handal dan memiliki harapan tinggi. Rangkaian warna ungu melambangkan keagungan dan kecantikan budaya dan seni bangsa Indonesia yang selalu dipuja dan dihargai sepanjang masa. Semua rangkaian warna yang mengandung makna cerita didalamnya, menyatu dengan serasi dan membentuk simbol yang utuh, kuat dan bercahaya didalam berlian berbentuk huruf "A" ini. (dalam Company Profile Trans 7)

3.1.1.3 Struktur Organisasi

Layaknya sebuah perusahaan yang baik, TRANS7 tentu saja memiliki tatanan dan struktur organisasi. Jabatan terdiri dari Dewan Komisaris, Dewan Direktur dan Kepala Divisi. Struktur organisasinya adalah sebagai berikut:

Dewan Komisaris

Komisaris Utama:

Chairul Tanjung

Komisaris:

1. Agung Adiprasetyo
2. Ishadi SK
3. Asih Winanti

Dewan Direktur

Direktur Utama:

Atiek Nur Wahyuni

Direktur Keuangan dan Sumber Daya Manusia:

Ch. Suswati Handayani

Direktur Progaming dan Operasional Broadcast:

Achmad Ferizqo

Direktur Produksi:

Andi Chairil

Kepala Divisi

Kepala Divisi Sales:

Anie Yuliantingsih

Kepala Divisi Promotion:

Tedja Andarwan

Kepala Divisi News:

Titin Rosmasari

Kepala Divisi HR & GS:

Latief Harnoko

Kepala Divisi Programming:

Leona Anggraeni

3.1.1.4 Target Audience (Pemirsa)

TRANS7 selalu berusaha untuk mendapatkan tempat di hati para pemirsanya. Program-program yang diproduksi merupakan program yang dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, dari segala umur dan status sosial masyarakatnya. Program-program acaranya yang disajikan disesuaikan dengan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat,

3.1.1.5 Program-Program TRANS7

Sesuai dengan komitmen TRANS7 untuk selalu menyajikan yang terbaik kepada masyarakat Indonesia, TRANS7 terus berinovasi dengan menyajikan program-program yang bukan saja sekedar informatif dan menghibur, tetapi juga mengedukasi. Sebagai stasiun televisi yang memproduksi program tayangan sendiri (*in-house productions*), TRANS7 banyak memproduksi program-program yang berbeda dengan stasiun televisi lainnya. Program-program yang dihasilkan TRANS7 lebih banyak mengusung program informasi dan edukasi, serta hiburan.

Program-program tayangan TRANS7 dibagi kedalam dua tipe program. Pertama merupakan program-program informasi (berita dan dokumenter), dan yang kedua merupakan program-program hiburan. Setiap program dikemas secara apik, dinamis, kreatif dan menarik. Program-program tayangan TRANS7, yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.1
Program-Program Acara TRANS7

Program Informasi	Program Hiburan
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redaksi Pagi, Redaksi Siang dan Redaksi Malam ▪ Selebrita Pagi dan Selebrita Siang ▪ Leptop Si Unyil ▪ Bocah Petualang ▪ Dunia Binatang ▪ Etalase ▪ Hitam Putih ▪ On The Spot ▪ Bukan Empat Mata ▪ Sport 7 ▪ Khazanah ▪ Ragam Dunia ▪ Ragam Indonesia ▪ Detektif Rasa ▪ Para Petualang Cantik ▪ Spotlight ▪ One Stop Football ▪ Galeri Sepakbola Indonesia ▪ Khalifah ▪ Masih Dunia Lain ▪ Misteri Tukul ▪ Orang Pinggiran ▪ She Care Tupperware ▪ Modern Moms ▪ Fish N Chef ▪ Mancing Mania ▪ Aziz Berbagi ▪ Highlight MotoGP 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cermin Kehidupan (drama) ▪ Rahasia Tuhan (drama) ▪ Penjaga Kaki Langit (drama) ▪ CCTV ▪ Doeloe Sekarang ▪ Ups Salah ▪ Asal ▪ Panggung Komedi ▪ Roeming ▪ Makan Besar ▪ Eksis Abis ▪ Theater Horor ▪ ILK (Indonesia Lawak Klub)

Sumber: <http://www.trans7.co.id/>

Program-program yang ditayangkan TRANS7 memang lebih termasuk dalam kategori program informasi. Dengan ini, masyarakat diharapkan dapat mendapatkan hiburan dan pengetahuan, serta informasi yang disampaikan dengan konten-konten acara yang menarik.

3.1.2 Gambaran Program Modern Moms TRANS7

3.1.2.1 Program Modern Moms

Modern Moms merupakan salah satu program *edutainment* yang diproduksi TRANS7. Program acara ini tayang setiap hari minggu pukul 08.15 pagi dengan durasi 45 menit. Sejak ditayangkan dipertengahan tahun 2014 lalu, semakin menunjukkan respon yang baik dari pemirsanya dengan rating yang baik. Segmentasi dari acara ini adalah pemirsa golongan A dan B. Modern Moms ini termasuk kedalam jenis tayangan *edutainment*. Dalam setiap episodenya, Modern Moms TRANS7, selalu menyajikan informasi-informasi baru seputar anak yang dikemas secara kreatif, inovatif dan informatif.

Dengan dipandu oleh *Host* Dian Ayu Lestari dan Mona Ratuliu yang juga sebagai ibu muda, semakin melengkapi acara ini. Para Modern Moms ini siap membawa info dan tips berguna bagi tumbuh kembang si kecil (anak). Konten acara Modern Moms ini terdiri dari ragam *art and craft*, memasak, dan info penting lainnya. Informasi yang disampaikan juga lengkap, dimana di dalamnya terdapat informasi seputar kesehatan Si Kecil, asupan makanan dan gizi untuk Si Kecil, pendidikan untuk Si Kecil, fashion dan gaya berpakaian Si Kecil, dunia bermain Si Kecil dan info Art atau kerajinan tangan untuk Si Kecil. Modern Moms TRANS7 berusaha menyajikan tayangan yang mendukung dan menambah pengetahuan para ibu Indonesia mengenai berbagai hal yang berkaitan dengan anak, khususnya bayi dan balita.

Informasi-informasi yang disampaikan dalam program Modern Moms merupakan informasi yang *uptodate*, yang disesuaikan dengan zaman modern seperti saat ini. Dengan adanya program Modern Moms ini, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan para Modern Moms di Indonesia.

3.1.2.2 Struktur Organisasi

Sebuah program acara diproduksi oleh sebuah tim produksi. Tim produksi ini melibatkan berbagai pihak yang berkompeten di bidangnya sehingga menghasilkan sebuah tayangan yang baik. Dalam program Modern Moms TRANS7, tim produksinya adalah sebagai berikut:

Tim Produksi Modern Moms TRANS7

Penanggung Jawab Program	: Yustina B.N, Pramita
Perancang Eksekutif	: Renny Roosallyn
Tim Kreatif	: De wi Handayani Karina Swedianti Shally Elvera
Asisten Produksi	: Wendi Andrian M. Arif Hafiz
Penanggung Jawab Operasional Produksi	: Sri Pollyan Nova
Unit Artis	: Bangbang Safrudin Hermanto
Unit Sponsor Produksi	: Valentina

Unit Produksi : Ferdy Al'amin

Desi Octora

Admin Produksi : Rainold

Iwell Reswita

Irnawan

Dwiyana Maidarina

Putri A

Donna Sulwani

Penanggung Jawab Pengembangan : Teguh S. Usis

Creative & Riset Produksi

Pusat Pengembangan Creative Produksi : A. Novriandi A

Putu Ayu Gayari

Nanda Bagus P

Yusuf Wibowo

Penanggung Jawab Pelayanan : Andi Chairil

Teknik & Produksi

Penanggung Jawab Pelayanan Produksi : imam martono

Penanggung Jawab Studio & OB VAN : Retno Bayu Satriyo Ajie

Penata Gambar : Darmawan

Ardhi Yogananta

Dewi Rakhmadina

Davit Saputra



Faisal Agung
Iskandar
Petrus Devianto
Rulianto Kurniawan
Sulaeman Manor

Penata Suara : Adi Ridwan
Adianta Wahyu Triatmaja
Aldhi Faturahman
Ria Setiadi

Penata Cahaya : Ratno Bayu S.A

Penanggung Jawab Pengarah : Muhammad Razief

Acara & Lapangan

Pengarah Acara : Diego Ferdolino

Penanggung Jawab Pasca Produksi : E. Indro Hardo Utomo

Penyunting Gambar : Alvino Zuhri Widodo

Penanggung Jawab Artistik : Donny C. Saputro

Penanggung Jawab Peralatan : Lambok Sibarani

Penanggung Jawab Transmisi : Budi Setyawan

Penanggung Jawab Teknologi Informasi : Wino W.A

Penanggung Jawab Keuangan : Suswati Handayani

Penanggung Jawab Pengadaan : Iswarini Gitaanjani
Mazli Febriansyah
Suci Apriyanti

Nita Mardiana

Pengadaan : M. Imam Prasetyo
Gesti Avriandini
Indra Fredy A

Elektrika Mekanikal : Srynti Esti Widodo

Pembawa Acara : Din Ayu Lestari
Mona Ratuliu

3.1.3 Sekilas Tentang Posyandu

Dalam penelitian ini, yang akan menjadi sampel adalah para ibu di lingkungan Posyandu Angrek XI. Posyandu ini terletak di RW 11, Kopo, Desa Margahayu Selatan, Kecamatan Margahayu, Kabupaten Bandung.

Posyandu Angrek XI termasuk Posyandu yang memiliki cukup banyak anggota Posyandu aktif. Dalam Posyandu ini, terdapat 130 orang ibu yang aktif membawa anaknya ke Posyandu setiap bulan. Di kawasan Kecamatan Margahayu, Posyandu Angrek XI merupakan Posyandu yang sering dijadikan perwakilan dalam berbagai perlombaan Posyandu.

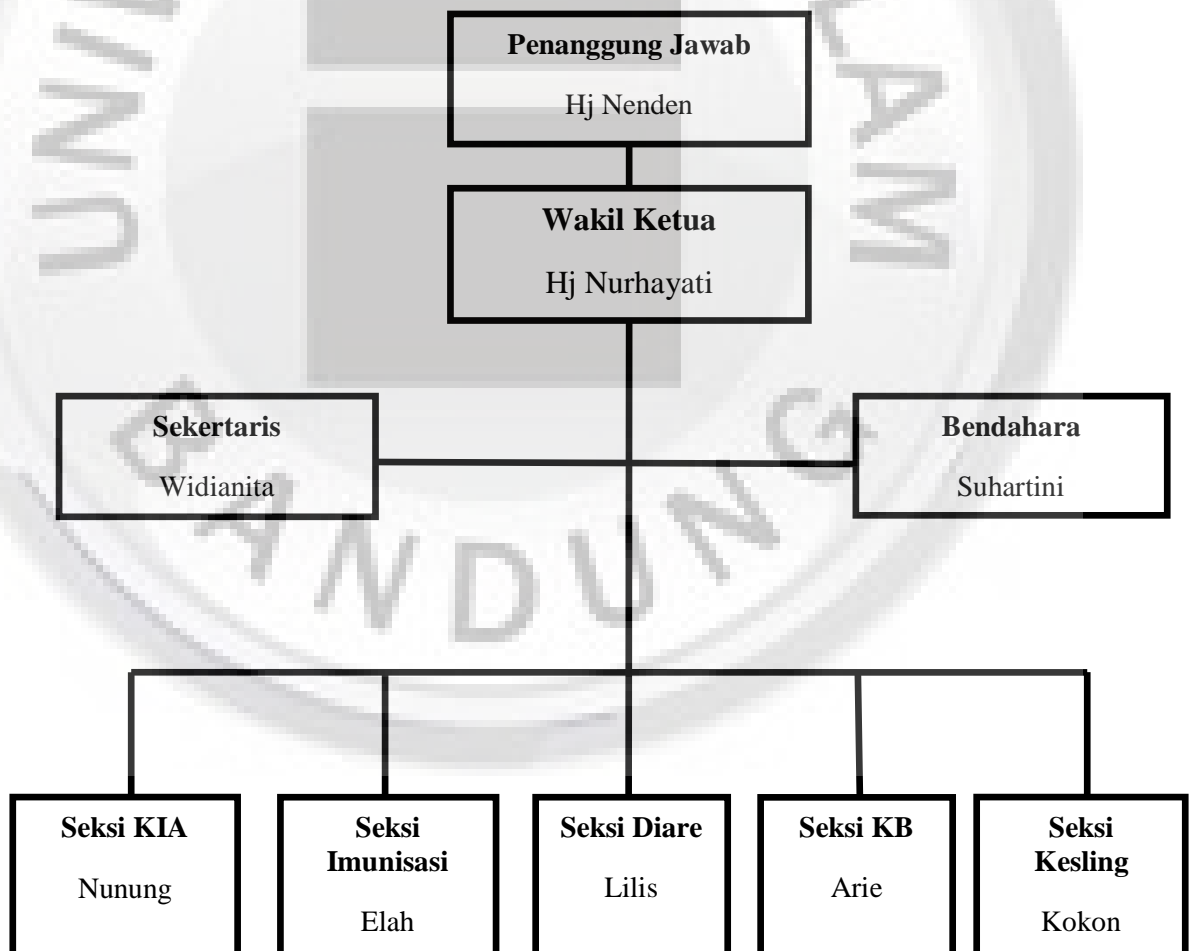
Visi

“Menjadikan Masyarakat Sehat, Sejahtera dan Mandiri”

Misi

1. Menurunkan Angka Kematian Bayi (AKB), Angka Kematian Ibu (Ibu hamil, melahirkan dan nifas).
2. Membudayakan Norma Keluarga Kecil Bahagia Sejahtera (NKKBS).
3. Meningkatkan peran serta dalam kemampuan masyarakat untuk mengembangkan kegiatan kesehatan serta kegiatan lainnya yang menunjang untuk terciptanya masyarakat sehat sejahtera.

Struktur Organisasi



3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu tentang anak di lingkungan Posyandu di Kecamatan Margahayu. Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2009:15).

Jenis penelitian ini adalah penelitian korelasional. Penelitian korelasional adalah penelitian yang sifatnya menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2009:11). Metode korelasional ini digunakan peneliti dengan tujuan untuk mencari hubungan antara variabel-variabel bebas (Variabel X) dengan variabel terikat (variabel Y).

3.2.2 Populasi dan Sampel

3.2.2.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:80).

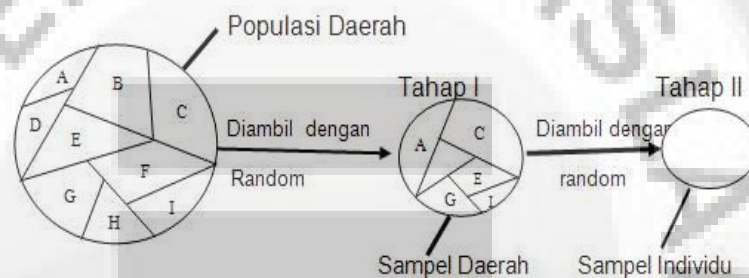
Populasi dalam penelitian ini adalah para ibu di lingkungan Posyandu di Kecamatan Margahayu Kabupaten Bandung yang pernah menonton tayangan Modern Moms Trans 7. Dari beberapa Kecamatan yang ada di Kabupaten Bandung, Kecamatan Margahayu dipilih sebagai populasi dengan alasan bahwa posyandu-posyandu yang berada di lingkungan Kecamatan Margahayu adalah posyandu yang aktif dan memiliki prestasi dalam bidang keposyanduan. Para ibu di lingkungan Posyandu dipilih sebagai populasi karena peneliti menilai bahwa kriteria para ibu di lingkungan Posyandu sesuai dengan target pemirsa dari tayangan Modern Moms Trans 7. Para ibu yang aktif di lingkungan Posyandu tentu saja memiliki anak yang masih berusia balita. Hal ini sesuai dengan tayangan Modern Moms Trans 7 yang memberikan informasi seputar *Si Kecil* (buah hati) yang masih di usia balita.

3.2.2.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2012:81). Teknik pengumpulan sampel yang

peneliti gunakan adalah teknik *cluster Sampling* , teknik *cluster* atau sampling daerah ini digunakan untuk menentukan sampel bila obyek yang akan diteliti atau sumber data sangat luas (Sugiyono, 2012:83).

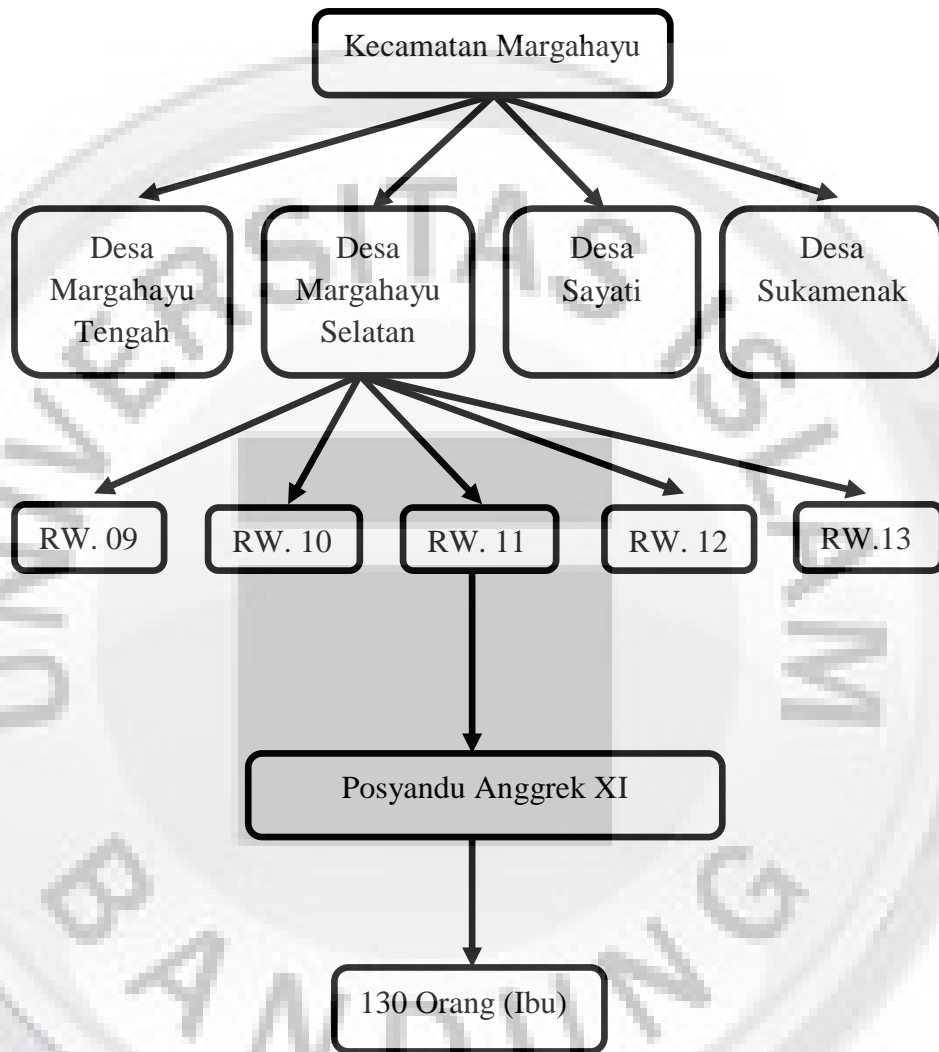
Gambar 3.2
Teknik Cluster Random Sampling



Sumber: Sugiyono, 2012:84

Kecamatan Margahayu memiliki empat desa yaitu Desa Margahayu Tengah, Desa Margahayu Selatan, Desa Sayati dan Desa Sukamenak. Tahap pertama, peneliti melakukan pemilihan secara acak, hasil yang terpilih adalah Desa Margahayu Selatan. Desa Margahayu Selatan terdiri dari 21 RW. Tahap kedua, peneliti melakukan pemilihan secara acak, kemudia dihasilkan RW yang terpilih adalah RW 11. Dalam setiap RW terdapat satu lingkungan posyandu, karena RW yang terpilih adalah RW 11, maka posyandu yang terpilih adalah Posyandu Anggrek XI. Di lingkungan Posyandu Anggrek XI terdapat 130 orang (Ibu). Pola teknik *Cluster Sampling* yang peneliti lakukan adalah sebagai berikut:

Gambar 3.3
Struktur Sampling



Dari total 130 orang akan di saring lagi menjadi beberapa orang untuk dijadikan sampel, apabila sampel terlalu kecil atau sedikit dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya dan apabila sampel terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian. Bila jumlah unsur populasi itu terlalu banyak, padahal kita ingin menghemat biaya dan waktu kita harus puas dengan *sampel* (Rakhmat, 2012:78). Oleh karena itu

metode pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan rumus dari Taro Yamane yang dikutip oleh Riduwan (2010:65). Adapun rumus pengambilan sampel tersebut adalah sebagai berikut :

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

dimana:

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

d : batas toleransi kesalahan

Batas toleransi kesalahan ini dinyatakan dengan persentase. Semakin kecil toleransi kesalahan, semakin akurat sampel menggambarkan populasi. Dalam penelitian ini batas kesalahan yang digunakan adalah 10% sehingga memiliki tingkat akurasi 90%.

maka,

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

$$n = \frac{130}{130 \times (0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{130}{130 \times 0,01 + 1}$$

$$n = \frac{130}{1,3 + 1}$$

$$n = \frac{130}{2,3}$$

$$n = 56,52$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 56,52 orang, dan peneliti memutuskan bahwa sampel yang akan diambil yaitu sebanyak 57 orang.

3.2.3 Operasionalisasi Variabel

Variabel-variabel yang ada dalam permasalahan yang akan penulis teliti adalah sebagai berikut:

Variabel Bebas merupakan variabel stimulus atau variabel yang dapat mempengaruhi variabel lain. Variabel bebas merupakan variabel yang variabelnya diukur, dimanipulasi, atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungannya dengan suatu gejala yang diobservasi. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (2009:77) variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi penyebab besar kecilnya variabel yang lain.

Variabel X : Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7

Sub variabel X₁ : Intensitas menonton tayangan

Indikator :

1. Frekuensi menonton tayangan

Alat Ukur :

-Sering tidaknya menonton tayangan Modern Moms Trans 7

2. Durasi menonton tayangan

Alat Ukur :

-Lama waktu yang digunakan setiap kali menonton tayangan Modern

Moms Trans 7

Sub variabel X₂ : Isi pesan (materi) tayangan

Indikator :

1. Kejelasan informasi dalam tayangan Modern Moms Trans 7

Alat Ukur :

-Kejelasan informasi yang berkenaan dengan isi

-Kejelasan informasi berkenaan dengan kemudahan bahasa yang digunakan

2. Kelengkapan Informasi dalam tayangan Modern Moms Trans 7

Alat Ukur:

-Aktualisasi informasi yang disampaikan

-Keragaman jenis informasi yang disampaikan

-Lengkap tidaknya inti yang disampaikan

Sub variabel X₃ : Hubungan Individu dengan Isi Media

Indikator: :

1. Kecocokan terhadap isi media

Alat Ukur :

-Tingkat kecocokan informasi dalam tayangan Modern Moms Trans 7 dengan kebutuhan para ibu

-Tingkat kecocokan *Host* dengan materi dalam tayangan Modern Moms Trans 7

-Tingkat kecocokan para ibu dengan waktu tayang Modern Moms Trans 7

2. Kepercayaan terhadap isi media

Alat Ukur :

-Tingkat kepercayaan para ibu atas informasi yang disampaikan dalam tayangan Modern Moms Trans 7

Variabel tergantung adalah variabel yang memberikan reaksi atau respon jika dihubungkan dengan variabel bebas. Menurut Sugiyono dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*(2009:78) mengatakan bahwa variabel tergantung adalah variabel yang variasinya dipengaruhi oleh variabel bebas.

Variabel Y : Pemenuhan kebutuhan informasi para ibu

Indikator :

1. Kebutuhan Kognitif

Alat Ukur :

-Terpenuhinya pengetahuan para ibu akan informasi seputar *Si Kecil*

-Pemahaman para ibu terhadap informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

2. Kebutuhan Afektif

Alat Ukur :

-Perasaan suka atau tidak suka para ibu terhadap informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

-Perasaan senang atau tidak senang para ibu terhadap informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

-Perasaan puas atau tidak puas para ibu terhadap informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7

3. Kebutuhan Integrasi Personal

Alat Ukur :

-Tingkat kepercayaan diri para ibu setelah memperoleh informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7

-Ketergantungan para ibu terhadap informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

4. Kebutuhan Integrasi Sosial

Alat Ukur :

-Para ibu dapat berbagi informasi dengan teman lainnya di lingkungan Posyandu mengenai informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7.

-Para ibu dapat berdiskusi dengan teman lainnya di lingkungan Posyandu mengenai informasi-informasi seputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7

5. Kebutuhan Pelepasan

Alat Ukur :

-Pemenuhan hiburan para ibu melalui informasi tseputar *Si Kecil* dalam tayangan Modern Moms Trans 7

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik penelitian yang digunakan dalam upaya pengumpulan data-data dan informasi-informasi adalah sebagai berikut:

1. Angket/kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012:142).

2. Wawancara

Wawancara, yaitu usaha untuk mengumpulkan informasi dengan cara mengajukan pertanyaan lisan. Wawancara dilakukan dengan beberapa orang responden untuk memperkuat data penelitian.

3. Studi Pustaka

Studi pustaka ialah usaha yang dilakukan peneliti untuk memperoleh data yang relevan dengan topik permasalahan yang akan atau sedang diselidiki. Informasi tersebut dapat diperoleh melalui sumber buku-buku ilmiah.

3.2.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara Menonton Tayangan Modern Moms Trans 7 (variabel X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu (variabel Y).

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan diantara variabel-variabel tersebut, maka akan dilakukan uji statistik menggunakan uji statistik Spearmen.

Teknik analisis Rank Spearmen ini digunakan untuk mencari koefisien korelasi antara data ordinal dan data ordinal.

Rumus dari teknik analisis korelasi Rank Spearmen yaitu:

$$r_{ho} = 1 - \frac{6 \sum d^2}{N(N^2 - 1)}$$

Dimana :

r_s (ρ) = koefisien korelasi rank-order

Angka 1 = angka satu, yaitu bilangan konstan

6 = angka enam, yaitu bilangan konstan

d = perbedaan antara pasangan jenjang

Σ = sigma atau jumlah

N = jumlah individu dalam sampel

Skala pengukuran digunakan untuk mengklasifikasikan variabel yang akan diukur supaya tidak terjadi kesalahan dalam menentukan analisis data dan langkah penelitian selanjutnya. Dalam penelitian ini digunakan Skala *Likert* yang merupakan salah satu bentuk dari skala sikap. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang-orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikasi variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. (Sugiyono, 2012:93). Skala *Likert* digunakan karena data penelitian ini adalah data berskala ordinal.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *likert* mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif, yang dapat berupa kata-kata sebagai berikut:

Skala Likert

Pilihan Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pengolahan data yang digunakan pada penelitian ini menggunakan bantuan program IBM SPSS Statistics 21.

Langkah analisa yang akan ditempuh untuk menguji korelasi menonton tayangan Modern Moms Trans 7 dengan pemenuhan kebutuhan informasi para ibu dapat dipaparkan sebagai berikut:

1. Menghitung koefisien korelasi Spearman melalui rumusan SPSS
2. Menghitung tingkat keeratan hubungan (korelasi) dengan menggunakan tabel keeratan hubungan variable sebagai berikut:

Tabel 3.2
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2012:184

3. Menguji keberartian koefisien korelasi yang juga akan digunakan.

3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.2.6.1 Uji Validitas

Sebuah penelitian kuantitatif yang menggunakan teknik pengumpulan data dengan angket, maka melakukan uji validitas merupakan suatu keharusan. Tujuan uji validitas secara umum adalah untuk mengetahui apakah angket yang digunakan benar-benar valid untuk mengukur variabel yang diteliti. Secara umum ada dua rumus atau cara Uji Validitas yaitu dengan Korelasi Bivariate Pearson dan Correlated Item-Total Correlation. Korelasi Bivariate Pearson adalah salah satu rumus yang dapat digunakan untuk melakukan uji validitas data dengan program SPSS. Menurut (Widiyanto, 2010:34-37)

Tabel 3.3
Hasil Perhitungan Korelasi Antara Setiap Pernyataan dengan Total Untuk Variabel X (Menonton Tayangan Modern Mams Trans 7)

Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Kesimpulan
P01	0.571	0.000	Valid
P02	0.564	0.000	Valid
P03	0.533	0.000	Valid
P04	0.752	0.000	Valid
P05	0.606	0.000	Valid
P06	0.515	0.000	Valid
P07	0.642	0.000	Valid
P08	0.552	0.000	Valid
P09	0.692	0.000	Valid
P10	0.508	0.000	Valid
P11	0.580	0.000	Valid
P12	0.641	0.000	Valid
P13	0.499	0.000	Valid

Hipotesis :

$H_0: \rho = 0$, korelasi tidak berarti

$H_1: \rho \neq 0$, korelasi berarti

Kriteria uji :

Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < 0.05

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

Dari hasil perhitungan korelasi antara setiap pernyataan dengan total untuk variable X (menonton tayangan Modern Mams Trans 7) dan uji keberartian dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ ternyata semua pernyataan valid.

Tabel 3.4

Hasil Perhitungan Korelasi Antara Setiap Pertanyaan dengan Total Untuk Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu)

Item Pernyataan	Koefisien Korelasi	Signifikansi	Kesimpulan
P14	0.537	0.000	Valid
P15	0.545	0.000	Valid
P16	0.425	0.001	Valid
P17	0.498	0.000	Valid
P18	0.491	0.000	Valid

P19	0.647	0.000	Valid
P20	0.421	0.001	Valid
P21	0.661	0.000	Valid
P22	0.509	0.000	Valid
P23	0.373	0.004	Valid
P24	0.585	0.000	Valid
P25	0.549	0.000	Valid
P26	0.474	0.000	Valid

Hipotesis :

$H_0: \rho = 0$, korelasi tidak berarti

$H_1: \rho \neq 0$, korelasi berarti

Kriteria uji :

Tolak H_0 jika nilai signifikansi (sig) < 0.05

Keterangan :

- Jika nilai signifikansi (sig) > 0.05 maka item tersebut tidak signifikan berarti item pernyataan tersebut tidak dapat menjadi alat ukur penelitian
- Jika nilai signifikansi (sig) < 0.05 maka item tersebut signifikan berarti item pernyataan tersebut dapat menjadi alat ukur penelitian

Dari hasil perhitungan korelasi antara setiap pernyataan dengan total untuk variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi para ibu) dan uji keberartian dengan menggunakan $\alpha = 0.05$ ternyata semua pernyataan valid.

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Setiap alat pengukur

seharusnya memiliki kemampuan untuk memberikan hasil pengukuran relatif konsisten dari waktu ke waktu.

Ghozali (2011:47) mengemukakan bahwa pengukuran reliabilitas dapat dilakukan dengan dua cara yaitu:

1. *Repeat Measure*: disini seseorang, akan disodori pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda, dan kemudian dilihat apakah ia tetap konsisten dari jawabannya.
2. *One Shot*: disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain.

Metode yang digunakan untuk menguji keandalan alat ukur dalam penelitian ini adalah menggunakan *Metode Cronbach(Alpha/Reliability Analysis)*, berikut ini rumus koefisien *Alpha Cronbach*:

$$\alpha = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

α : nilai reliabilitas.

K : banyaknya butir pertanyaan.

$\sum \alpha_b^2$: jumlah varians butir.

$\sum \alpha_t^2$: jumlah varians total.

Kriteria pengujiannya adalah jika r hitung lebih besar dari r tabel dengan taraf signifikansi pada $\alpha = 0,05$, maka instrumen tersebut adalah

reliabel, sebaliknya jika r hitung lebih kecil dari r tabel maka instrument tidak reliabel. Kusioner dianggap reliabel apabila nilai koefisien Korelasi Alpha Cronbach hitung lebih besar dari nilai Korelasi Spearman Rank tabel.

Pedoman Koefisien Reliabilitas:

+0,90 - +1,00 : luar biasa bagus (*excellent*)

+0,85 - +0,89 : sangat bagus (*very good*)

+0,80 - 0,84 : bagus (*good*)

+0,70 - 0,79 : cukup (*fair*)

Kurang dari 0,70 : kurang (*poor*)

**Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Variabel X
(Menonton Tayangan Modern Mams Trans 7)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	13

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

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.853 artinya kusioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 85%

dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.853 maka reliabilitas sangat bagus (*very good*).

**Hasil Perhitungan Reliabilitas Untuk Variabel Variabel Y
(Pemenuhan Kebutuhan Informasi Para Ibu)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	13

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

Berdasarkan nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh sebesar 0.823 artinya kuesioner tersebut layak jika digunakan untuk alat ukur penelitian yang sama di tempat lain dan akan menghasilkan kesamaan hampir 82% dan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0.823 maka reliabilitas bagus (*good*).