

3. METODE PENELITIAN

3.1 DEFINISI KONSEPTUAL

Definisi konseptual adalah batasan yang diberikan oleh peneliti terhadap pengertian variabel atau konsep yang akan diukur, diteliti, dan dijelajahi datanya (Hamidi, 2010: 141). Dalam penelitian ini, definisi konseptual yang digunakan adalah kepuasan yang dicari (motif) dan kepuasan yang diperoleh, atau yang dikenal sebagai *gratification sought (GS)* dan *gratification obtained (GO)*.

Teori *Uses and Gratifications* menganggap khalayak media sebagai khalayak aktif yang menggunakan media karena kebutuhan informasi, pendidikan, dan hiburan. Pada periode awal hingga pertengahan 1970-an, sejumlah ilmuwan media menekankan perlunya memisahkan motif konsumsi media atau pencarian kepuasan (GS) dan penerimaan kepuasan (GO).

Gratification sought merujuk pada kepuasan yang dicari seseorang saat menggunakan media, di mana mereka menggunakan media karena dorongan dari motif tertentu. Sementara itu, gratification obtained adalah kepuasan yang diperoleh individu setelah menggunakan media. Ada tiga kategori kepuasan dalam hal ini: puas, biasa saja, dan tidak puas.

3.2 DEFINISI OPERASIONAL

Definisi operasional merupakan penjelasan bagaimana peneliti mengukur variabel. Dalam penelitian ini, variabel yang diteliti adalah motif dan kepuasan. Dalam definisi operasional, peneliti meneliti variabel motif dan kepuasan menonton film “Barbie” di Bioskop. Indikator motif yang penulis gunakan diambil dari penelitian yang dibuat oleh Qudah Muhammad, AbdulKrim Ziani, dan Menawer Alrajehi (2014) dalam jurnal “*Uses and Gratifications Achieved for Jordanian and Bahraini Youths Watching Dubbed Series and Movies a Field Study on The Students of Yarmouk and Bahrain Universities*” yaitu “Exposure to Media”. Berikut definisi operasionalnya:

- **Motif atau *Gratification Sought***

1. Saya menonton film “Barbie” karena ingin keluar dari perasaan terasingkan dari sebuah hubungan, contoh: merasa adanya perbedaan derajat antara perempuan dan laki-laki membuat diri saya merasa minder.

2. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin memperoleh pengetahuan baru tentang orang dan bangsa asing yang ada dalam film tersebut.
3. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin berdiskusi pendapat dengan orang lain tentang film tersebut.
4. Saya menonton film “ Barbie “ karena tertarik pada kecantikan atau ketampanan aktris yang ada di film tersebut.
5. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin mengetahui budaya lain.
6. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin melihat keindahan lingkungan yang ada dalam film tersebut.
7. Saya menonton film “ Barbie “ karena saya ingin merasakan kegembiraan dan mendapat hiburan.
8. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin membayangkan diri saya menjadi bagian dalam kejadian yang ada di film tersebut.
9. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin mengisi waktu luang.
10. Saya menonton film “ Barbie “ karena tidak ada kegiatan lain yang bisa saya lakukan pada saat itu.
11. Saya menonton film “ Barbie “ karena memiliki rasa penasaran terhadap film tersebut.
12. Saya menonton film “ Barbie “ karena ingin mengetahui isu-isu baru yang mungkin dapat terjadi terhadap diri saya, seperti: krisis diri, penindasan, kekerasan.

• **Kepuasan atau *Gratification Obtained***

1. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya dapat keluar dari perasaan terasingkan dari sebuah hubungan, contoh: merasa adanya perbedaan derajat antara perempuan dan laki-laki membuat diri saya merasa minder.
2. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya memperoleh pengetahuan baru tentang orang dan bangsa asing yang ada dalam film tersebut.
3. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya dapat berdiskusi pendapat dengan orang lain tentang film tersebut.
4. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya merasa puas dengan kecantikan atau ketampanan aktris yang ada di film tersebut.
5. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya mengetahui budaya lain yang belum saya ketahui sebelumnya.
6. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya merasa puas karena dapat melihat keindahan lingkungan yang ada dalam film tersebut.

7. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya merasa gembira dan terhibur.
8. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya dapat membayangkan diri saya menjadi bagian dalam kejadian yang ada di film tersebut.
9. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya dapat mengisi waktu luang.
10. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya merasa puas karena memilih kegiatan yang tepat.
11. Setelah saya menonton film “ Barbie “ rasa penasaran saya terhadap film tersebut terjawab.
12. Setelah saya menonton film “ Barbie “ saya dapat mengetahui isu-isu baru yang mungkin dapat terjadi terhadap diri saya, seperti: krisis diri, penindasan, kekerasan.

3.3 JENIS PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian yang menghubungkan atau mencari sebab akibat dari antara dua variabel atau lebih. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah GS dan GO. Menurut Sugiyono (2018;13) kuantitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan data konkret. Data dari penelitian berupa angka-angka yang diukur menggunakan statistik sebagai alat uji serta berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan sebuah kesimpulan.

3.4 METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah metode survei secara online. Menurut Sugiyono (2018:36), survei adalah metode penelitian kuantitatif yang digunakan untuk mengumpulkan data tentang kejadian pada masa lampau atau masa kini, terkait keyakinan, karakteristik, perilaku, hubungan variabel, dan untuk menguji beberapa hipotesis tentang variabel sosiologis. Survei melibatkan pertanyaan yang terstruktur dan seragam yang diajukan kepada setiap responden. Selanjutnya, semua jawaban yang diperoleh akan dicatat, diolah, dan dianalisis. Dalam penelitian ini, survei dilakukan melalui *Google Forms* dan dibagikan melalui *Direct Messages* Instagram secara acak kepada responden.

3.5 Subjek dan Objek Penelitian

3.5.1 Subjek Penelitian

Menurut Arikunto (2016:26) subjek penelitian adalah benda, hal atau orang tempat data variabel penelitian melekat. Subjek merupakan sesuatu yang diteliti, mau itu orang, benda, atau organisasi. Subjek dari penelitian ini adalah Generasi Z yang menonton film “Barbie”..

3.5.2 Objek Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:32), objek penelitian merupakan atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan. Objek penelitian merupakan apa yang hendak diteliti dari subjek penelitian. Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah motif dan kepuasan Generasi Z dalam menonton film “Barbie” yang ditayangkan di Bioskop Indonesia.

3.6 Populasi dan Sampel

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019:126) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya. Populasi merupakan seluruh jumlah dari subjek yang diteliti oleh seorang peneliti. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah Generasi Z yang telah menonton film “Barbie” di Bioskop. Dikutip dari Hasil Sensus Penduduk 2020, jumlah generasi Z mencapai 75,493,880 juta jiwa atau setara dengan 27,94 persen dari total seluruh populasi penduduk di Indonesia. Dalam penelitian ini menggunakan populasi Gen Z yang ada di kota-kota besar di Indonesia. Alasan penulis meneliti kota-kota besar yang ada di Indonesia karena film ini merupakan film yang sukses besar secara global dan hampir semua orang mengetahui tentang Barbie. Menurut Nielsen, 11 kota tersebut meliputi Bandung, Banjarmasin, Denpasar, DKI Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Makassar, Medan, Palembang, Semarang, dan Surakarta. Apabila dijumlahkan, jumlah Gen Z yang ada 11 kota besar Indonesia mencapai 11,014,193.

3.6.2 Sampel

Sampel menurut Sugiyono, (2016:118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut Sugiyono, (2017:81) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi.

Penarikan sampel yang baik harus benar-benar bisa merefleksikan populasi. dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono, (2016: 85) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik *purposive sampling* ini karena sesuai untuk digunakan untuk penelitian kuantitatif, atau penelitian-penelitian yang tidak melakukan generalisasi.

Dalam penentuan jumlah sampel, peneliti menggunakan rumus *Slovin* (Umar, 2002,p.22), yakni:

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

Keterangan:

n: Ukuran sampel

N: Ukuran populasi

e: Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, untuk ukuran batas-batas kesalahan pada sampel yaitu 10%. (Umar 2002: 133-134)

$$n = \frac{11,014,193}{1 + 11,014,193 (0.10)^2} = 99,99$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini 99,99 atau dibulatkan menjadi 100 orang responden. Untuk pengambilan sampel sendiri dibagi kepada 11 kota besar yang ada di Indonesia, karena menurut Nielsen (2022) 11 kota tersebut adalah kota-kota besar di Indonesia. Jumlah Gen Z di setiap kota diambil dari data yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (BPS) terbaru yaitu tahun 2020. Berikut merupakan table yang berisikan 11 kota tersebut:

Tabel 3.1

Data Gen Z di 11 Kota Besar

Kota	Jumlah Gen Z	Jumlah Calon Responden (Hasil pembulatan)
Bandung	1,244,400	11
Banjarmasin	180,403	2
Denpasar	1.127.520	10
DKI Jakarta	2.680.000	24
Surabaya	741,286	7
Makassar	772,283	7
Medan	576,996	5
Palembang	2,200,000	20

Semarang	502,309	5
Surakarta	153,704	1
Yogyakarta	835,292	8
Jumlah	11,014,193	100

Sumber: Nielsen, 2022.

3.7 Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data, penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan kuesioner *online* dan bersifat tertutup. Kuesioner dipakai untuk mengumpulkan data dengan cara memberikan sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis. Kuesioner dibuat dengan menggunakan *Google Forms* lalu dibagikan kepada calon responden lewat DM Instagram.

Nantinya kuesioner berisikan beberapa pernyataan yang telah dibuat peneliti dan jawaban dari calon responden diukur menggunakan pengukuran skala ordinal. Skala ordinal merupakan skala pengukuran yang menunjukkan jarak interval antar tingkatan tidak harus sama dan digunakan untuk mengukur kepuasan.

Peneliti menggunakan kuesioner dengan beberapa alasan. Pertama, membantu calon responden untuk memberi jawaban yang akurat agar data yang diperoleh juga akurat. Kedua, kuesioner cocok digunakan karena jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di beberapa wilayah, ketiga, menggunakan kuesioner *online* lebih efisien dan praktis karena tidak perlu mengeluarkan biaya dan lebih menghemat waktu.

3.8 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti adalah (Ruslan, 2006):

1. Pengeditan (*editing*)

Editing dalam pengolahan data digunakan untuk memeriksa kelengkapan dan meneliti data-data yang telah dikumpulkan. mulai dari kelengkapan jawaban, keterbacaan tulisan, kejelasan makna, kesesuaian dan relevansinya dengan data yang lain. Dengan adanya tahap editing peneliti dapat menghilangkan kesalahan-kesalahan yang ada dan dapat melakukan koreksi dan memudahkan proses pemberian kode serta pemrosesan data dengan teknik statistik. Hal yang penting dari tahap ini adalah menjaga agar peneliti tidak mengganti atau menafsirkan jawaban responden sehingga kebenaran jawaban dapat terjaga.

2. Pemberian kode (*coding*)

coding merupakan kegiatan mengklasifikasi jawaban yang telah diberikan oleh responden sesuai dengan jenisnya. Coding dilakukan dengan memberikan skor dan simbol berupa angka atau huruf yang memberikan petunjuk pada setiap jawaban responden berdasarkan variabel yang diteliti agar nantinya bisa lebih mempermudah dalam pengolahan data.

3. Analisis deskriptif

a. Frekuensi

Digunakan untuk menampilkan dan mendeskripsikan data yang telah diperoleh dan diolah lewat SPSS dan untuk menggambarkan penyebaran data yang berasal dari kuesioner.

b. *Mean*

Mean adalah nilai rata-rata dari total bilangan yang sudah dijumlahkan. *Mean* digunakan untuk melihat motif dan harapan yang paling menonjol. *Mean* yang paling tinggi dan paling rendah munculnya dalam frekuensi merupakan hasil yang diharapkan.

c. Interval kelas

Interval kelas digunakan untuk menentukan kelas kategori dari nilai yang didapat baik dari perolehan nilai motif maupun kepuasan. untuk menentukan besarnya kelas dari opini tersebut maka menggunakan rumus:

$$c = \frac{Xn - X1}{k}$$

Keterangan:

c: Perkiraan besarnya kelas

k: Banyaknya kelas

Xn: Nilai observasi terbesar

X1: Nilai observasi terkecil

(Supranto, 2000,p.64)

d. *Discrepancy Gratifications* (kesenjangan GS & GO)

Digunakan untuk mengukur adanya kesenjangan kepuasan dengan cara membandingkan GS dengan GO. Indikator terjadinya kepuasan atau tidak adalah sebagai berikut:

- Jika rata-rata skor (*mean*) GS lebih besar dari *mean* skor skor GO (*mean* skor GS>*mean* skor GO) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih sedikit dari pada kebutuhan yang diinginkan. Dengan kata lain, media tersebut tidak memenuhi kepuasan penonton.
- Jika *mean* skor GS sama dengan *mean* skor GO (GS=GO), maka tidak terjadi kesenjangan kepuasan karena jumlah kebutuhan yang diinginkan semuanya terpenuhi.

- Jika *mean* skor GS lebih kecil dari pada *mean* skor GO (*mean* skor GS < *mean* skor GO) maka terjadi kesenjangan kepuasan karena kebutuhan yang diperoleh lebih banyak dibandingkan dengan kebutuhan yang diinginkan (Kriyantono, 2006, p.210)

4. Tabulasi silang (*crosstabs*)

Tabulasi merupakan langkah selanjutnya setelah pemeriksaan dan pemberian kode. Dalam tahap tabulasi, data disusun dalam bentuk tabel agar lebih mempermudah dalam menganalisis data sesuai dengan tujuan penelitian.

3.9 Uji Korelasi Spearman

Korelasi *Rank Spearman* atau yang biasanya disebut dengan *Spearman Rank Correlation Coefficient* merupakan salah satu penerapan koefisien korelasi dalam metode analisis data statistik non parametrik (Maulid, 2021). Metode ini didesain untuk menangani data yang tidak memenuhi asumsi distribusi normal atau data ordinal. Pada uji ini, data dihitung berdasarkan dengan order data. Uji korelasi Spearman digunakan untuk melihat hubungan antara variabel dan dilakukan dengan program computer SPSS dengan cara sebagai berikut:

- Membuka aplikasi SPSS di computer dan masukan data yang kita miliki
- Memilih analisis dengan cara:
 - Pilih menu “*Analyze*” > “*Correlate*” > “*Bivariate*”
- Memilih variabel:
 - Pilih variabel yang mau di uji korelasinya. Dalam penelitian ini merupakan GS & GO.
 - Pada bagian “*Bivariate Correlations*” pilih “*Spearman*” sebagai jenis korelasi.
- Menjalankan analisis dengan klik “OK”.
- Mengintepretasi hasil.

3.10 Uji Validitas Dan Reliabilitas

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan uji validitas terlebih dahulu terhadap kuisisioner yang dimiliki. Menurut Robert L. Devellis, validitas adalah sejauh mana suatu instrumen pengukuran mengukur variabel atau konsep yang dimaksudkan. Uji validitas ini diuji dengan menggunakan program SPSS. Uji validitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 30 orang responden terlebih dahulu. Sebuah item pernyataan dikatakan valid jika nilai korelasi (*r*) lebih besar dari rase. Sebaliknya, jika nilai *r* hitung lebih kecil

dibandingkan dengan r tabel, maka item pernyataan tersebut dianggap tidak valid. (Hidayat, 2021)

Reliabilitas adalah konsep penting dalam penelitian yang mengukur sejauh mana suatu instrumen pengukuran dapat menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil jika diulang dalam berbagai situasi atau kondisi. Menurut Robert L. Devellis, reliabilitas adalah sejauh mana suatu instrumen pengukuran menghasilkan hasil yang konsisten dan stabil jika diulang dalam situasi yang berbeda. Uji reliabilitas dilakukan dengan program SPSS dengan menggunakan uji statistik *cronbach's alpha* (α) dengan ketentuan bahwa variabel yang diteliti dinyatakan reliabel apabila besaran *cronbach's alpha* (α) adalah di atas 0,6.