

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. LATAR BELAKANG**

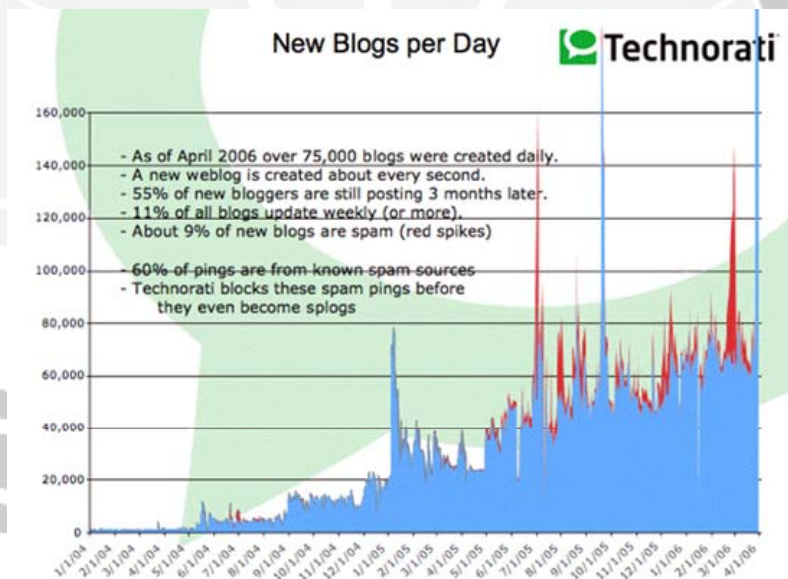
Internet merupakan salah satu media yang menawarkan banyak informasi yang kita butuhkan. Ketik saja *google.com* atau *yahoo.com* maka ratusan informasi yang kita cari hanya dengan menuliskan kata kunci akan muncul. Internet juga memperpendek jarak dan mempercepat waktu. Tak perlu menunggu berhari-hari untuk mengirim pesan. Tulis pesan lewat *e-mail* maka tidak sampai menunggu berjam-jam untuk sampai pada alamat *e-mail* yang dituju. Berita dari luar benua pun bisa kita akses dengan cepat melalui internet.

Internet juga memberikan banyak hiburan. *Yahoo.com*, contohnya, kita bisa mengakses lagu-lagu dan permainan terbaru. Atau ketik *youtube.com* maka kita bisa mengunduh gratis video musik atau lagu-lagu yang sedang in. Namun internet juga menawarkan situs jejaring sosial. Situs ini mampu mengumpulkan banyak orang yang terkoneksi satu lain dari berbagai Negara dan benua seperti *friendster*, *facebook*, *myspace* dan lain-lain.

Tidak cukup disitu saja, internet kini juga menyajikan situs bagi mereka yang senang menulis. *Blog* namanya. Dominic (2009:285) menjelaskan blog adalah kependekan dari *weblog*. Blog merupakan jurnal dimana orang-orang menulis apapun yang mereka inginkan seperti politi, olahraga, musik, film, dll. Dari sebuah artikel “Memperhitungkan Blog Sebagai Media Baru” di harian Sinar Harapan online (2003) Enda Nasution seorang blogger yang juga alumnus Fakultas Teknik Sipil ITB dalam wawancara dengan harian Sinar Harapan

mengatakan weblog yang dimaksud oleh Barger adalah kelompok pembuat *website* pribadi yang selalu diperbaharui secara periodik dan berisi *link* ke *website* lain. Para pembuat *blog* disebut *blogger*.

*Blog* memang sedang menjadi trend. Menurut Sifry<sup>1</sup> dalam tulisan di blognya jumlah *blogger* bertambah setiap hari. *Technorati* sebuah alat pencari *blog* yang ditemukan oleh David Sifry mencatat ada 75.000 *blog* yang dibuat setiap hari. *Technorati* selanjutnya menemukan ada 35.3 juta *weblog* dan terus bertambah 2 kali lipat setiap 6 bulan seperti yang ditunjukkan oleh grafik dibawah:



Gambar A. 1. Grafik peningkatan *weblog* dengan *Technorati*.  
Sumber: [www.sifry.com](http://www.sifry.com)

Dominic (2009:286) juga menambahkan pada tahun 2007 *technorati* mencatat ada 70 juta *blog* yang terdeteksi.

<sup>1</sup> David Sifry adalah *cofounder* dan *CTO* dari Spitnuk dan Linuxcare. Ia juga salah satu pendiri Linux International dan anggota dewan AOTC.

Di Indonesia sendiri peningkatan *blog* juga muncul. Wicaksono, ketua panitia Pesta Blogger 2008 dalam wawancaranya dengan Kompas online (22 Oktober 2008) mengatakan pesta *blog* akan diikuti lebih dari 300 ribu. Ada peningkatan 2 kali lipat dibanding tahun lalu yang dihadiri 150 ribu *blogger*. Hal ini memang bukan menjadi tolak ukur jumlah *blogger* di Indonesia. Namun paling tidak menjadi gambaran bahwa ada peningkatan dalam jumlah *blog* di Indonesia.

*Blog* dimanfaatkan sejumlah kalangan dari mulai artis hingga politisi. Sandra Dewi, misalnya, yang ditulis di Kompas online (26 Juni 2008) membuat *blog* lantaran ingin lebih dekat dengan penggemarnya. Bahkan ia dilantik menjadi Duta Anti Narkoba oleh Presiden Susilo Bambang Yudhoyono karena *blog*nya dianggap bisa menjadi media baru dalam mengkampanyekan anti narkoba.

Barrack Obama pun tak mau ketinggalan, dalam artikel di Kompas online yang berjudul “Cerita tentang Politisi dan Blog”, Obama memanfaatkan kekuatan media *online* dalam meraih simpati sekaligus kemenangan. Dalam situsnya [www.barackobama.com](http://www.barackobama.com) atau [www.my.barack-obama.com](http://www.my.barack-obama.com), Obama bahkan menawarkan produk “Barack Obama” yang berupa t-shirt, pin, topi, payung sampai stiker.

Di Indonesia *blog* bahkan bisa dijadikan buku. Raditya Dika contohnya, ia sudah mengeluarkan beberapa buku yang laris di pasaran antara lain Kambing Jantan, Cinta Brontosaurus, Radikus Makankakus, dan Babi Ngesot. Isi bukunya tentunya di sadur dari *blog*nya sendiri, [www.radityadika.com](http://www.radityadika.com). *Blog* Dika berisi

tentang pengalaman dia sehari-hari, ia tuangkan dalam bahasa yang kocak sehingga menarik pengunjung untuk membaca.

Situs *blogger.com* atau *wordpress.com* menawarkan membuat blog dengan mudah dan tanpa biaya. Hal ini menjadikan blog sebagai wadah baru bagi “jurnalis” dadakan. Setiap orang berhak menulis apapun dan kapanpun tanpa penyuntingan dan mungkin juga tanpa referensi. Dalam artikelnya, Sinar Harapan online (2003) menulis bahwa keputusan pengadilan tinggi Amerika Serikat memutuskan bahwa *blogger* juga dianggap jurnalis. Mereka menggolongkan *blogger* yang walaupun bisa menulis dengan hanya duduk berpakaian piyama sebagai penulis blog memiliki hak perlindungan yang sama dengan penulis di media cetak periodik.

Karena sifatnya yang mudah untuk membuat dan diakses dengan gratis maka siapapun bisa membuat blog begitu juga dengan mahasiswa. Selain *friendster* dan *facebook* nampaknya *blog* menjadi situs yang wajib dimiliki oleh mahasiswa. Isinya pun beragam, ada yang menulis tentang kejadian yang dialami saat itu, atau berisi puisi hasil ciptaan sendiri maupun menulis isu-isu sosial yang sedang hangat dibicarakan.

Lalu apa sebenarnya yang menjadi motivasi mahasiswa Universitas Atma Jaya dengan memiliki *blog*? Menurut Li (2005:130) ada tujuh motivasi khalayak pengguna media. Mereka adalah Self Documentation, Personal Advancement, Self Expression, Medium Appeal, Information, Passing Time, Socialization. Hal inilah yang menarik untuk diteliti menurut penulis.

Mahasiswa sebagai insan intelek dan generasi muda senantiasa bergerak menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi dalam hal ini internet. Rodman (2009:335) mengatakan bahwa 90% blogger berumur antara 13 dan 29 tahun. Lebih dari separuhnya berumur antara 13 sampai 19 tahun. Keterangan ini menunjukkan bahwa usia di atas adalah usia rata-rata mahasiswa. Hal ini tentu menunjukkan kesadaran baru mahasiswa dalam mengikuti kemajuan teknologi supaya tidak tergilas oleh jaman dan dianggap gaptak atau gagap teknologi. Mahasiswa yang menggunakan blog bisa menjadi *content provider* (penyedia informasi) daripada menjadi konsumen pribadi.

Sebagai mahasiswa komunikasi blog bisa menjadi media menulis terutama bagi jurusan jurnalistik blog bisa dijadikan media untuk melatih mereka membuat naskah dengan objek sekitar mereka. Bagi jurusan periklanan bisa melatih mereka untuk menjadi copy writer atau melatih kreatifitas mereka dalam desain. Bagi mereka yang mengambil jurusan hubungan masyarakat bisa berlatih membuat press release.

Menurut Tadjab (1998:105) mahasiswa adalah sekumpulan individu yang mengarpakan sesuatu dari komunikasi yang menerpa mereka dan cenderung menyeleksi semua yang dirasa berguna bagi dirinya.

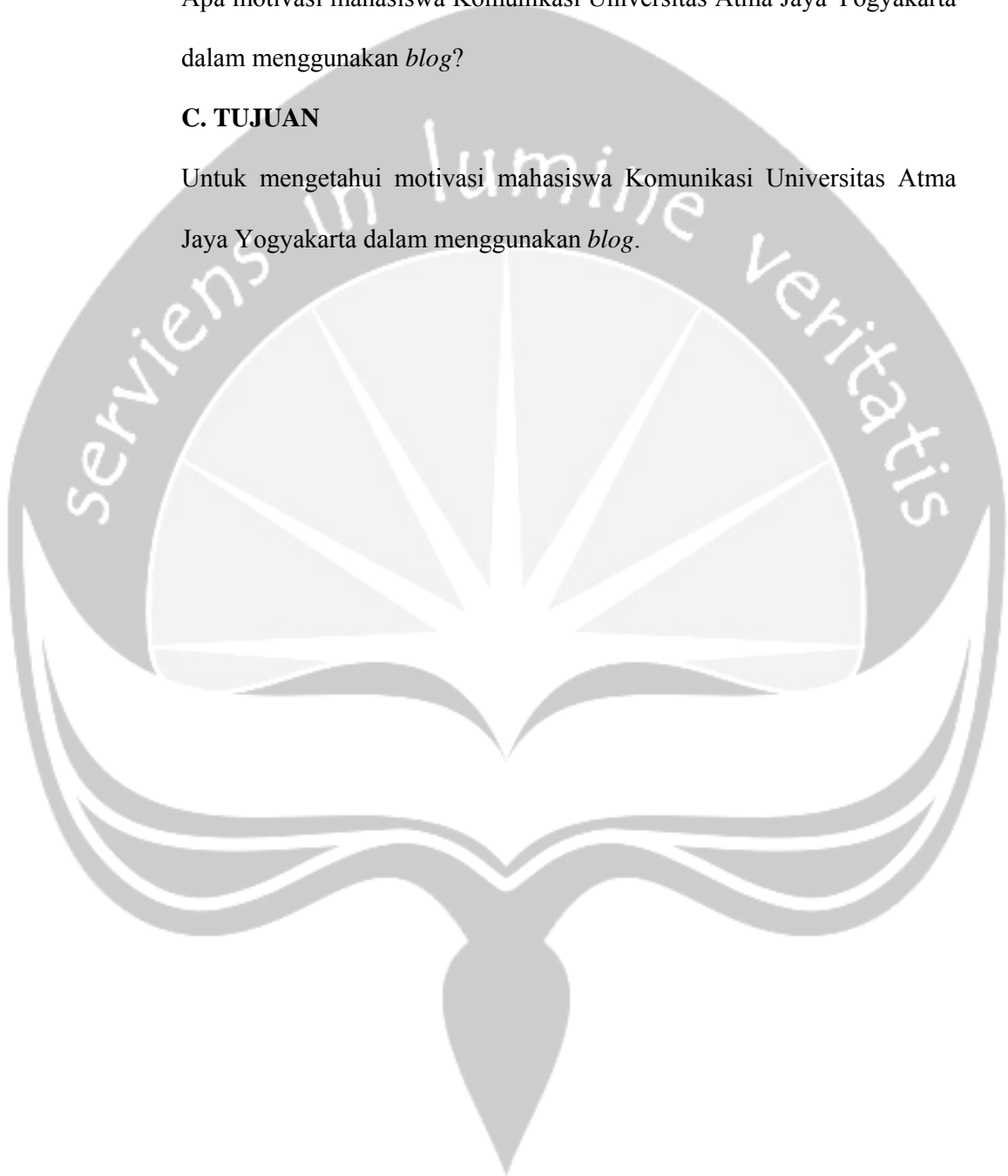
Hal ini mendorong penulis untuk memilih mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta sebagai responden dari penelitian ini. Sehingga rumusan masalah dan tujuannya adalah sebagai berikut:

## **B. RUMUSAN MASALAH**

Apa motivasi mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam menggunakan *blog*?

## **C. TUJUAN**

Untuk mengetahui motivasi mahasiswa Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta dalam menggunakan *blog*.



#### **D. KERANGKA KONSEP**

McQuails (2000:12) mengatakan bahwa yang perlu diperhatikan dalam teori maupun penelitian komunikasi adalah sumber dan penerima, fungsi dan tujuan komunikasi, apa medium dari komunikasi, apa isi dari pesan, dan apa *outcomes* dari komunikasi. Untuk mencapai tujuan blogger harus memiliki motivasi. Menurut Stephen P. Robbins yang ditulis oleh Sofyandi dan Garniwa, motivasi adalah proses mengarahkan dan ketekunan setiap individu dengan tingkat intensitas yang tinggi untuk meningkatkan suatu usaha dalam mencapai tujuan (Sofyandi dan Garniwa 2007:99).

Dengan begitu dapat dikatakan bahwa terjadinya tingkah laku disebabkan oleh adanya kebutuhan yang dirasakan oleh tiap-tiap individu. Individu dalam bertingkah laku, bertujuan ingin memuaskan kebutuhan yang dirasakannya. Dan karena kebutuhan yang ada pada individu tersebut sangat beraneka ragam, maka untuk memenuhi kebutuhannya tersebut, seseorang juga mempunyai cara tersendiri agar kebutuhannya terpenuhi.

Pendekatan *uses and gratifications* telah banyak digunakan pada studi motivasi khalayak pengguna media. Motivasi blogger bisa kita kaji dengan menggunakan teori *uses and gratifications*. Teori ini sudah banyak digunakan bagi penelitian pada media lama seperti televisi, radio, maupun cetak namun menurut West dan Turner (2007:437) teori ini masih relevan digunakan pada penelitian media baru seperti blog. West dan Turner (2007:424) mengatakan teori ini melihat bahwa khalayak aktif dalam mencari media yang spesifik untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Blumer yang ditulis kembali oleh West dan Turner (2007:431) menyebutkan empat aspek dari khalayak aktif, yaitu:

- a. *utility*, yaitu khalayak menggunakan media untuk memenuhi keingintahuan atau informasi.
- b. *intentionally*, penggunaan media ditujukan untuk memenuhi motivasi utama dari penggunanya.
- c. *selectivity*, disini khalayak memiliki kebebasan untuk memilih media apa yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan.
- d. *imperviousness to influence*, yaitu, khalayak tahan terhadap efek media, artinya khalayak yang membentuk makna dari isi media sehingga khalayak tak mudah terpengaruh efek media.

Dalam konteks blog, blogger aktif menggunakan blog untuk memenuhi kebutuhan mereka. Blogger memiliki kontrol penuh terhadap konten dari blognya sendiri. Peran blogger sesuai dengan empat aspek yang dijelaskan di atas.

Jika blogger merupakan *active audience* yang menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya, lalu apakah motivasi yang melatarbelakangi mereka menggunakan blog? Li (2005:130) menjabarkan tujuh motivasi blogger, mereka adalah *self expression, social interaction, information, passing time, personal advancement, self documentation, dan medium appeal*. Pemilihan motivasi ini bukan tanpa alasan. Selama ini *uses and gratifications* selalu berpusat pada penelitian media lama seperti radio, televisi, dan cetak seperti Katz dkk, Alan Rubin, dan McQuails. Sekalipun teori sangat relevan digunakan untuk media baru seperti blog, namun juga perlu dicari temuan-temuan motivasi yang relevan bagi penelitian media baru. Li dalam tesisnya menggabungkan motivasi-



motivasi dari tiga penelitian tentang motivasi blog. Mereka adalah penelitian yang dilakukan oleh Nardi, Papacharissi, dan Trammell, Tarkowski, Hofmokr. Ketujuh motivasi ini berkaitan erat dengan struktur blog yaitu, *blog post*, *archives*, *hyperlinks*, *comments* dan *trackback*, dan *template*. Penjelasan tujuh motivasi ini akan dipaparkan sebagai berikut:

*a. Self Expression*

Li (2005:131-132) mengatakan self expression berhubungan dengan presentasi blogger di blog. Presentasi tak hanya menunjukkan siapa dia, tapi juga blogger bercerita tentang kisahnya, mendiskusikan hobi dan ketertarikannya, mengekspresikan opini tentang masalah-masalah yang berkaitan tentang dirinya, dan bahkan menunjukkan ide kreatif mereka. Self expression juga berhubungan dengan tampilan blog yang dibuat secara unik oleh blogger. Rettberg (2008:7) mengatakan, dengan *template* blogger bisa berkreasi dengan blognya. *Template* biasanya disediakan oleh *provider* blog itu sendiri.

*b. Social Interaction*

Dalam penelitiannya Li (2005:131) menjelaskan bahwa blog menjadi salah satu metode komunikasi interpersonal dimana khalayak bisa tetap terkoneksi satu sama lain. Interaksi antara blogger dan pembacanya membuka jalan membangun hubungan yang didasarkan pada topik yang sama. Blogger bisa berbagi minat atau kesukaan dengan pembacanya atau bertukar ide atau memberi opini tentang isu-isu yang sedang berkembang. Rettberg (2008:58) dalam bukunya berjudul *Blogging*

mengatakan pembaca bisa memberikan opininya melalui link komentar yang disediakan oleh blog. Ketika pembaca meninggalkan komentar, bloggerpun bisa menanggapi komentar pembaca di sini sudah terjadi interaksi antara blogger dan pembacanya.

*c. Information*

Motivasi informasi pada blog menekankan pada pencapaian kepuasan

dari penyediaan informasi kepada pembacanya, demikian yang dikatakan Li (2005:133). Penyediaan informasi bisa didapatkan dengan menggunakan *trackback*. Li (2005:35) mengatakan blogger bisa mengirim *trackback*<sup>2</sup> kepada blog lain. Melalui *trackback* pembaca blog bisa diarahkan langsung kepada blog lain yang memiliki kesamaan topik.

*d. Passing Time*

Seperti diari, blogger menulis apa yang terjadi pada dirinya di *blog post*. Dalam beberapa kesempatan blog, yang seperti diari menjadi kegiatan spontan dan pengisi waktu luang.

*e. Personal Advancement*

Blog bisa digunakan blogger untuk meningkatkan kemampuan menulis juga meningkatkan kemampuan secara teknik seperti meningkatkan kreatifitas dalam desain blog.

*f. Self Documentation*

Menurut Li (2005:130) blogger bisa menyimpan apa yang mereka

---

<sup>2</sup> Trackback berbentuk URL

pelajari, pikir, dan menyimpan apapun yang berguna di internet. Dalam hal ini blog bisa berfungsi sebagai buku catatan atau *tape recorder*.

*g. Medium Appeal*

Li (2005:132) menjelaskan medium appeal blog terletak pada kemudahan akses yang bisa dilakukan oleh siapapun dengan akses internet jadi blog memiliki populasi pembaca yang besar. Produksi dan distribusinya difasilitasi oleh blog itu sendiri dan hanya dibutuhkan kemampuan dasar komputer, yang notabene dimiliki oleh semua pengguna internet.

## **E. DEFINISI OPERASIONAL**

Definisi operasional yang dijelaskan oleh Singarimbun (1989:47) adalah petunjuk pelaksanaan bagaimana caranya mengukur suatu variabel. Melalui informasi tersebut peneliti akan mengetahui bagaimana caranya pengukuran atas variabel itu dilakukan. Variabel motivasi akan diukur dengan indikator dari 7 motivasi, yaitu: *self documentation*, *personal advancement*, *self expression*, *medium appeal*, *information*, *passing time*, dan *socialization* yang masing-masing indikatornya berisi pernyataan-pernyataan.

a. *self documentation*

- untuk menyimpan segala sesuatu yang saya pelajari
- untuk mencatat apa yang sedang saya kerjakan
- mendokumentasi kehidupan saya

b. *Personal advancement*

- melatih kemampuan menulis
- untuk mempelajari teknologi baru
- meningkatkan kreatifitas

c. *self expression*

- untuk menunjukkan personaliti saya
- untuk menceritakan kepada orang-orang tentang diri saya
- untuk mengekspresikan perasaan terdalam saya

d. *medium appeal*

- karena saya bisa mempublikasikan kapan saja
- karena mudah untuk di perbaharui
- karena saya bisa mengaksesnya dimanapun saya berada

e. *information*

- untuk menyediakan informasi
- untuk berbagi informasi yang berguna bagi orang lain
- untuk menyajikan informasi-informasi yang sesuai minat saya

f. *passing time*

- karena ini membantu saya menghabiskan waktu
- saat tidak ada lagi hal lebih baik yang bisa saya lakukan
- melepas penat dari kesibukan

g. *socialization*

- untuk berhubungan dengan orang-orang yang bisa berbagi kesamaan nilai dengan saya
- untuk bertemu dengan orang baru

- menjadi bagian dari komunitas blogger

## **F. METODE PENELITIAN**

### **1. Metode Penelitian**

Metode yang penulis pakai dalam penelitian ini mengacu pada metode survei. Dimana penulis menggunakan kuesioner sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data. Menurut Kriyantono (2006:59) pengumpulan dan analisis data dalam metode survei bersifat terstruktur dan mendetail melalui kuesioner sebagai instrumen untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi spesifik. Maka itu teknik sampling perlu dilakukan dengan benar.

### **2. Jenis Penelitian**

Pendekatan kuantitatif akan dipakai penulis sebagai acuan dalam melakukan riset. Menurut Idrus (2007:42-43) karakteristik pendekatan kuantitatif antara lain adalah:

- a. Data yang diperoleh banyak didominasi angka sebagai hasil suatu pengukuran berdasarkan pada variabel yang telah dioperasionalkan.
- b. Menggunakan sampel yang banyak yang memiliki tingkat representasi tinggi terhadap populasi yang hendak digeneralisasikan.

- c. Proses pengumpulan data menggunakan angket, tes, wawancara yang telah lebih dahulu dilakukan uji instrumen sehingga telah dianggap memenuhi unsur validitas dan reliabilitas instrumen.

Karakteristik di atas akan menjadi acuan peneliti dalam melakukan Penelitian. Dalam proses penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner dalam mencari data primer yang hasilnya berupa angka-angka terhadap sampel responden yang dianggap representasi dari populasi, yaitu mereka yang memiliki blog.

### 3. Sifat Penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif karena berusaha menggambarkan suatu gejala sosial. Seperti yang diutarakan oleh Masri Singarimbun dan Sofian Effendi (1989:4) dalam bukunya yang berjudul “Metode Penelitian Survei” bahwa penelitian deskriptif adalah alat yang paling cermat untuk mengukur sebuah fenomena sosial.

Menurut Nawawi dan Martini (1992:67) metode deskriptif merupakan prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. Termasuk dalam penelitian deskriptif antara lain penyajian data melalui tabel, grafik, diagram lingkaran, perhitungan persentase, dan lain-lain. Analisis ini bersifat uraian atau penjelasan dengan membuat tabel-tabel, mengelompokkan, dan menganalisis data berdasarkan pada hasil jawaban yang diperoleh dari tanggapan responden dan kemudian menganalisisnya dengan menggunakan rumus

statistik dan menyajikan tabel untuk memperjelas pendeskripsian dari data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner.

#### 4. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti guna mendapatkan data-data yang diperlukan melalui.

##### a. Data Primer

Menurut Sugiyono (2005:129) data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer dari penelitian ini mencakup data yang diperoleh berdasarkan daftar pertanyaan (kuesioner) yang diberikan kepada mahasiswa Komunikasi UAJY yang intinya mencari data tentang motivasi-motivasi yang melatar belakangi mahasiswa dalam menggunakan blog.

##### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari orang atau badan lainnya yang telah dikumpulkan atau belum diolah mengenai data yang diperlukan, demikian yang dikatakan oleh Wahyu dan Masduki (1987:59). Data tersebut seperti penelitian kepustakaan yang menggunakan bahan-bahan tertulis dengan cara membaca dan mempelajari literatur, dokumentasi atau keterangan yang ada hubungannya dengan masalah yang akan diteliti.

Data-data yang diambil yaitu data yang berkaitan dengan profil mahasiswa Komunikasi UAJY yang salah satunya adalah data

tentang jumlah mahasiswa di UAJY, serta data lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

#### 5. Populasi

Eriyanto (1999:87) menjelaskan bahwa populasi dalam pengertian penelitian tidaklah sama dengan keseluruhan penduduk. Populasi terbentuk oleh tujuan dan topik poling. Seorang peneliti memulai dengan sebuah populasi tetapi didefinisikan secara lebih tepat dalam bentuk target populasi yang menunjuk kepada kelompok yang lebih khusus dimana mereka itulah yang ingin kita ketahui pendapatnya.

Sesuai dengan judulnya populasi yang ditentukan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif komunikasi UAJY. Aktif yang dimaksud adalah mahasiswa empat tahun angkatan terakhir, yaitu 2006/2007; 2007/2008; 2008/2009; 2009/2010 yang berjumlah 879 mahasiswa. Hal ini diasumsikan bahwa rata-rata kelulusan ideal bagi strata satu adalah empat tahun. Hal ini juga mempermudah peneliti dalam menyebarkan kuesioner dengan asumsi mahasiswa-mahasiswa tersebut mudah ditemui di kampus.

**Tabel F.5.1**  
**Jumlah Mahasiswa Komunikasi UAJY**  
**Angkatan 2006/2007-2009/2010**

<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah (Mahasiswa)</b>
<b>2006/2007</b>	<b>194</b>
<b>2007/2008</b>	<b>226</b>
<b>2008/2009</b>	<b>211</b>
<b>2009/2010</b>	<b>263</b>
	<b>879</b>

*Sumber :*  
*Bagian Tata Usaha FISIP UAJY 2009*



## 6. Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel

Ada dua syarat yang harus dipenuhi dalam pengambilan sampel yang dijelaskan oleh Wirartha (2006:233) yaitu, sampel harus representatif (mewakili) dan besarnya (ukuran) sampel harus memadai. Representatif berarti apabila cirri-ciri sampel yang berkaitan dengan tujuan penelitian sama atau hampir sama dengan cirri-ciri populasinya. Krejcie dan Morgan yang ditulis kembali oleh Wirartha (2006:235) menentukan ukuran sampel minimum yang perlu diambil untuk suatu populasi tertentu dengan jenis penelitian deskriptif adalah 10% dari populasi.

Sedangkan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *purposive sample*. Menurut Arikunto (2002:117) *purposive sample* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak didasarkan atas strata, *random* ataupun daerah tertentu, tetapi mendasarkan pada tujuan tertentu. Atau dengan kata lain pengambilan sampel yang dilakukan dengan mendasarkan pada ciri pokok dari populasi, yang dalam penelitian ini ciri pokok tersebut adalah hanya bagi mahasiswa yang menggunakan blog.

**Tabel F.5.2**  
**Jumlah Sampel Penelitian**

Angkatan	Populasi (Mahasiswa)	Proporsi Sampel (%)	Sampel (Mahasiswa)
2006/2007	194	10%	19
2007/2008	226	10%	23
2008/2009	211	10%	21
2009/2010	263	10%	26
	819		89

Sumber :  
Bagian Tata Usaha FISIP UAJY 2009

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah 89 mahasiswa dari angkatan 2006/2007 sampai 2009/2010. Setiap sel populasi yang terlihat pada tabel F.5.2 harus diwakili dalam sampel penelitian. Untuk itu, perlu dipilih anggota sampel yang mewakili masing-masing strata. Jumlah anggota sampel dalam masing-masing strata dapat ditetapkan secara proporsional. Dalam penelitian ini sampel yang dipilih ditetapkan 10% dari populasi setiap strata sesuai dengan ciri penelitian deskriptif.

#### 7. Metode Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2006:93) metode pengumpulan data adalah cara yang dapat digunakan periset untuk mengumpulkan data. Metode pengumpulan data ini sangat ditentukan oleh metode riset, apakah kuantitatif atau kualitatif. Peneliti akan menggunakan metode kuesioner karena riset yang digunakan adalah kuantitatif.

Masih menurut Kriyantono (2006:95) kuesioner atau yang bisa disebut angket adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

#### 8. Metode Analisis

##### a. Skala Pengukuran Data

Dari kuesioner terutama yang berkaitan dengan motivasi remaja mendengarkan Ajang Musikal yang telah disebarkan tersebut, kemudian

data yang didapat dianalisis dengan terlebih dulu menetapkan skala pengukuran, yang pada penelitian ini menggunakan Skala Likert sebagai skala pengukurannya. Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2005:86).

Skala Likert dalam penelitian ini terdiri atas 4 skala, karena dengan menggunakan skala Likert 4 skala dapat diketahui pengaruh dari gradasi sangat negatif sampai sangat positif. Jadi jawaban dari item instrumen yang menimbulkan bias atau keragu-raguan dapat dihindari. Dimana masing-masing penilaian untuk item pertanyaan dari motivasi siswa adalah sebagai berikut :

- a. Skor 4 untuk jawaban Sangat Setuju (SS)
- b. Skor 3 untuk jawaban Setuju (S)
- c. Skor 2 untuk jawaban Tidak Setuju (TS)
- d. Skor 1 untuk jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)

b. Uji Validitas

Menurut Azwar (1997:5) validitas adalah taraf sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsinya. Sebelum kuesioner disebarkan kepada responden, kuesioner diukur validitasnya.

Dalam penelitian ini untuk menguji tiap butir pertanyaan menggunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir dengan skor totalnya. Pengukuran validitas ini menggunakan rumus korelasi Pearson Moment ( *Product Moment Coefficient of Corelation* ), ( Sugiyono, 2005 : 182 ) :

$$r_{xy} = \frac{N(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N\sum x^2 - (\sum x)^2\}\{N\sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan :

$r_{xy}$  = koefisien korelasi

N = jumlah responden

$\sum X$  = skor butir (X) atau item pertanyaan

$\sum Y$  = skor total variabel (Y) atau tiap responden

Pelaksanaan uji validitas ini menggunakan teknik sekali ukur (*one shot technique*), dimana dengan metode ini kuesioner hanya dibagikan satu kali saja kepada responden. Hal ini dikarenakan untuk menghindari responden memberi jawaban yang sama dari pertanyaan yang diajukan. Hasil jawaban yang diperoleh dari responden sekaligus akan digunakan sebagai masukan dalam analisis validitas dan reliabilitas.

Untuk mengetahui hasil uji validitas untuk tiap item pertanyaan dapat dilihat dengan membandingkan nilai  $r_{tabel}$  dengan  $r_{hitung}$  (koefisien korelasi). Jika nilai  $r_{hitung}$  lebih besar dari  $r_{tabel}$ . Maka dapat dikatakan bahwa tiap-tiap item pertanyaan dalam kuesioner tersebut valid. Dan sebaliknya jika nilai  $r_{hitung}$  lebih kecil dari  $r_{tabel}$  maka item pertanyaan tersebut tidak valid.

#### c. Uji Reliabilitas.

Menurut Azwar (1997:4) reliabilitas adalah sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya hanya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama diperoleh hasil yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek belum berubah.

Suatu angket dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian ini bisa saja ada butir pertanyaan yang tidak reliabel sehingga harus dibuang. Pengujian reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* sebagai berikut :

$$r_{xx} = \frac{K}{(K-1)} \left[ 1 - \frac{\sum Si^2}{St^2} \right]$$

Keterangan :

$r_{xx}$  = koefisien reliabilitas (alpha)

K = mean kuadrat antar subyek

$\sum Si^2$  = mean kuadrat antar obyek

$St^2$  = varian total

Apabila  $r_{xx}$  hitung > r tabel maka berarti kuesioner sebagai alat pengukur dalam penelitian ini telah memenuhi syarat reliabilitas dan bisa digunakan untuk penelitian, tapi jika  $r_{xx}$  hitung < r tabel maka kuesioner tidak memenuhi syarat reliabilitas.

#### d. Distribusi Frekuensi

Eriyanto (1999:319) mengatakan bahwa bagian utama dari statistik deskriptif adalah pembuatan distribusi frekuensi yang mendeskripsikan sebaran jawaban atas tiap-tiap butir pertanyaan. Distribusi frekuensi adalah suatu daftar seluruh kategori yang mungkin untuk tiap-tiap variabel yang menunjukkan jumlah responden dalam tiap-tiap kategori. Distribusi frekuensi dapat disusun dengan tabel frekuensi.

Distribusi frekuensi digunakan karena peneliti hanya ingin mendeskripsikan motivasi terbesar apa yang melatarbelakangi mahasiswa komunikasi UAJY dalam menggunakan blog.

e. Tabulasi Silang

Menurut Eriyanto (1999:324) inti dari tabulasi silang adalah untuk melihat apakah dua variabel atau lebih saling berhubungan. Istilah tabulasi silang mengacu kepada penggabungan distribusi frekuensi untuk dua atau lebih variabel. Tujuan utama melihat hubungan antar variabel adalah sebagai dasar dalam menjelaskan masalah. Tabulasi silang dapat mencegah penarikan kesimpulan yang gegabah untuk memperkirakan hubungan antar variabel.