

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Memasuki era keragaman televisi (TV) swasta, banyak bermunculan program *talkshow* yang variatif dan interaktif. Hampir semua stasiun televisi memiliki program *talkshow* yang biasanya membahas masalah-masalah yang sedang hangat dibicarakan masyarakat. Tema yang diangkat juga bermacam-macam, mulai dari masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga dan lain sebagainya.

Acara *talkshow* sebagai salah satu upaya televisi untuk menarik khalayak. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program *talkshow* adalah Metro TV. Metro TV selama ini dikenal sebagai stasiun televisi swasta yang aktual dalam memberikan informasi dan menayangkan berita-berita. Metro TV mampu menyuguhkan program-program yang bisa mendidik dan membangun serta memberi pengetahuan baru bagi pemirsanya.

Salah satu program *talkshow* di Metro TV yang cukup merebut perhatian khalayak adalah program *talkshow* Kick Andy. *Talkshow* Kick Andy mengangkat isu-isu aktual yang berkaitan langsung dengan kehidupan publik. *Talkshow* Kick Andy beberapa kali pernah mengangkat isu politik namun dikemas sedemikian rupa sehingga tidak membosankan, tetapi malah membuat penasaran dan menimbulkan kagum banyak pemirsanya. Acara tersebut punya kekuatan dahsyat untuk mempengaruhi publik.

Topik dari *talkshow* Kick Andy tidak bersifat monoton dan terpusat pada satu masalah saja, tetapi tayangan ini juga mengulas berbagai topik atau kasus dari sudut pandang yang berbeda. Informasi atau fenomena yang diangkat dalam tayangan ini

biasanya menarik animo khalayak yang sedang menontonnya. Acara ini selalu menghadirkan kisah-kisah kehidupan nyata yang informatif, edukatif dan menginspirasi.

Talkshow Kick Andy mulai mengudara pada tanggal 1 Maret 2006 hingga sekarang. Kick Andy dibawakan secara apik oleh Andy F. Noya setiap hari jumat pukul 21.30 WIB dan tayangan ulang setiap hari minggu pukul 15.30 WIB. Namun pada tahun 2014 Kick Andy pindah jam tayang menjadi pukul 20.05 WIB dan tayangan ulang pukul 13.30 WIB. Setiap diakhir acara program ini selalu membagi-bagikan buku gratis karangan orang ternama dan *best seller*. (<http://www.kickandy.com/> Minggu, 18 Mei 2014)

Selain menampilkan tema yang beragam, Kick Andy juga menghadirkan narasumber dari berbagai profesi pada saat acara berlangsung, sehingga banyak cerita seru seputar kehidupan khalayak seluruh Indonesia. Narasumber dalam acara ini bisa berasal dari kalangan pejabat, politikus, guru, aktivis, artis, dan lain sebagainya. Dalam pembawaannya, pembawa acarapun mempunyai karakter dan gaya bahasa yang unik. Dalam setiap *point* pertanyaan yang bersifat langsung namun tidak sarkastik malah mengundang tawa dan para narasumber merasa nyaman ketika menjawab pertanyaan.

Kick Andy adalah *talkshow* yang amat manusiawi dan menyentuh hati karena dalam bahasa dan caranya menggunakan hati. Kick Andy memberikan pilihan tontonan humanis dengan cara yang amat berbeda. Kick Andy merupakan tontonan dengan pembicaraan serius namun tidak membosankan. Menonton Kick Andy adalah sebuah *experience*. Pemirsa yang menontonnya akan mengetahui berbagai macam kisah kehidupan atau pengalamanyang menarik yang dialami oleh narasumber yang dihadirkan. Hal itu bisa dijadikan contoh hidup agar memotivasi pemirsa yang menontonnya serta dapat menghargai hidup dan waktu mereka.

Talkshow Kick Andy dinyatakan sebagai program *talkshow* berita terbaik dalam ajang *Panasonic Gobel Award* (PGA) pada bulan Maret tahun 2011 dan tahun 2012 hal

itu menjadi sebuah pembuktian bahwa tayangan berbasis jurnalistik layak menjadi hiburan yang menarik perhatian khalayak. Tak hanya program yang mendapatkan penghargaan, Andy F Noya presenter acara tersebut juga mendapatkan penghargaan sebagai presenter *talkshow* terbaik untuk kedua kalinya dalam PGA 2011.

(<http://kickandy.com/hotnews/14/44/2066/read/Kick-Andy-Raih-Panasonic-Award/>

Minggu, 18 Mei Pukul 08.20)

Penghargaan lain yang diraih program *talkshow* Kick Andy yaitu penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (Muri) pada bulan Agustus 2010, karena dinilai program tersebut bertahan dengan tema-tema kemanusiaan. Program yang dipandu Andy F. Noya itu dinilai sebagai satu-satunya program televisi yang menghadirkan sisi positif dan inspiratif di setiap episodenya. Penghargaan ini sebagai bentuk apresiasi kepada tayangan yang selalu menjunjung tinggi nilai kemanusiaan. Terlebih saat ini mayoritas acara televisi lainnya sarat akan gosip dan fitnah.

(<http://www.kickandy.com/hotnews/14/44/1932/read/kick-andy-mendapat-penghargaan-dari-museum-rekor-dunia-indonesia-muri/> Minggu, 18 Mei 2014 Pukul 08.20)

Selain itu berdasarkan data kompas.com, tayangan Kick Andy Metro TV dinyatakan sebagai program televisi yang paling berkualitas. Data tersebut merupakan hasil riset rating publik II pada bulan Oktober 2008 yang dilakukan Yayasan SET bekerjasama dengan IJTI , Yayasan Tifa, dan Jaringan Masyarakat Pemerhati Televisi. Riset ini melibatkan 220 responden kalangan terdidik di 11 kota. Penelitian ini menunjukkan perbedaan antara program yang bernilai berkualitas dengan program berating tinggi yang dikeluarkan AGB Nielsen Media Research. Untuk program televisi yang berkualitas Kick Andy berada di peringkat pertama dengan persentase 35,40 %.

Sampai tahun 2014 ini Kick Andy masih tetap tayang di Metro TV , itu menandakan masih banyak yang menyaksikan acara tersebut dan tentunya masih memiliki

rating yang tinggi. Rating menentukan usia sebuah program tayangan, semakin tinggi rating maka jumlah episodenya pun terus bertambah.

Adanya tayangan Kick Andy ini bertujuan untuk menginspirasi, memotivasi, dan sekaligus mendidik yang nantinya tayangan tersebut bisa diapresiasi seluruh lapisan masyarakat. Apresiasi ini dapat dikatakan sebagai penilaian terhadap acara tersebut dan dapat menimbulkan efek yang beragam bagi setiap khalayak. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam tentang “Apresiasi Pemirsa Terhadap Tayangan Kick Andy di Metro TV (Penelitian pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: **“Bagaimana Apresiasi Pemirsa Terhadap Tayangan Kick Andy Di Metro TV”**

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana aspek kognitif (pengetahuan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV?
2. Bagaimana aspek emotif (perasaan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV?
3. Bagaimana aspek evaluatif (penilaian) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Untuk mengetahui aspek kognitif (pengetahuan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.
2. Untuk mengetahui aspek emotif (perasaan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.
3. Untuk mengetahui aspek evaluatif (penilaian) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi pada umumnya dan bidang kajian ilmu komunikasi pada khususnya.

2. Secara Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai literatur bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan kajian yang sama.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak stasiun televisi, khususnya dalam tayangan talkshow sebagai bahan evaluasi.

1.6 Tinjauan Pustaka

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Skripsi	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Fani Fajrini Darma Dalel (2011) - UNPAD	“Aprseiasi Siswa-siswa Kota Bandung Terhadap Tayangan Si Bolang Jalan-Jalan di Trans 7”	Metode survei dengan teknik penelitian dekriptif kuantitatif	<i>Uses and Gratification</i>	Apresiasi anak-anak sekolah dasar di kota Bandung terhadap Tayangan “Si Bolang Jalan-jalan” di Trans 7 dilihat dari aspek kognitif dan evaluatif adalah baik. Pada aspek emotif, apresiasi anak-anak sekolah dasar di kota Bandung terhadap tayangan “Si Bolang Jalan-jalan” dikategorikan cukup atau sedang.	Yang menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari media dan objek yang diteliti berbeda (mahasiswa Jurnalistik UIN angkatan 2011)
2.	Galuh Agustia Sitompul	“Apresiasi Pembaca Terhadap	Metode deskriptif kuantitatif	<i>Uses and Gratification</i>	Hasil penelitian bahwa apresiasi dari pembaca mahasiswa	Yang menjadi perbedaan antara

	(2009) - UNPAD	Suplemen Kampus di Harian Umum Pikiran Rakyat”			jurnalistik dilihat dari aspek pengetahuan, aspek perasaan, dan aspek penilaian dinilai sudah cukup baik. Namun perlu beberapa penambahan dan perbaikan di beberapa aspek, seperti penambahan ruang untuk opini pembaca, dan pendalaman isu yang dibahas dalam artikel-artikel yang disajikan dalam <i>Suplemen Kampus</i> .	penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari media dan objek yang diteliti berbeda (mahasiswa Jurnalistik UIN angkatan 2011)
3.	Sharifa Ainie (2010) - UNPAD	“Apresiasi Pembaca Pelajar SMA Pasundan 2 Bandung	Metode deskriptif kuantitatif	<i>Uses and Gratification</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa apresiasi pembaca terhadap majalah <i>Grey</i> cenderung tinggi, dilihat dari	Yang menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian

		<p>Terhadap Majalah <i>Grey</i>”</p>			<p>aspek-aspek apresiasi yaitu kognitif, emotif, dan evaluatif. Simpulan yang diperoleh adalah bahwa responden mengapresiasi dengan baik majalah <i>Grey</i>. Dilihat dari aspek kognitif, responden mengetahui dengan pasti keberadaan majalah <i>Grey</i> dan isi majalah <i>Grey</i>. Dari aspek emotif, responden merasa puas dengan hadirnya majalah <i>Grey</i>, baik dari segi konsep maupun dari segi isinya. Dari aspek evaluatif, responden menilai</p>	<p>terdahulu yaitu dari media dan objek yang diteliti berbeda (mahasiswa Jurnalistik UIN angkatan 2011)</p>
--	--	--------------------------------------	--	--	---	---

					baik keberadaan majalah <i>Grey</i> .	
--	--	--	--	--	---------------------------------------	--

1.7 Kerangka Pemikiran

1.7.1 Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model *Uses and Gratifications*. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan (Rakhmat, 2012: 65)

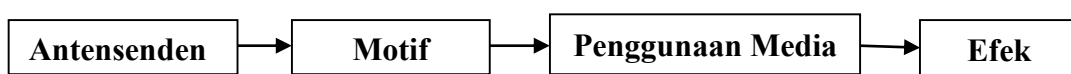
Konsep dasar model *uses and gratification* menurut para pendirinya (Katz, Blumler, dan Gurevitch, 1974) (dalam Rakhmat, 2012: 65), bahwa:

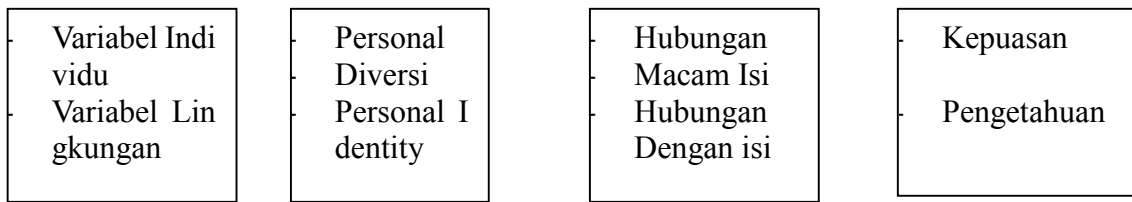
Teori ini yang diteliti ialah sumber sosial dan psikologis dari kebutuhan, yang melahirkan harapan-harapan dari media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), dan menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki.

Model *uses and gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan memengaruhi khalayak. Inti *teori uses and gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi.

Gambar 1.1

Model Uses and Gratification





Sumber: *Jallaludin Rakmat, 2012: 66*

1.7.2 Kerangka Konseptual

Apresiasi berasal dari bahasa Inggris yakni, *appreciation* yang artinya penghargaan dan pengertian terhadap suatu pengetahuan atau juga berarti penilaian atau penghargaan terhadap sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989: 615)

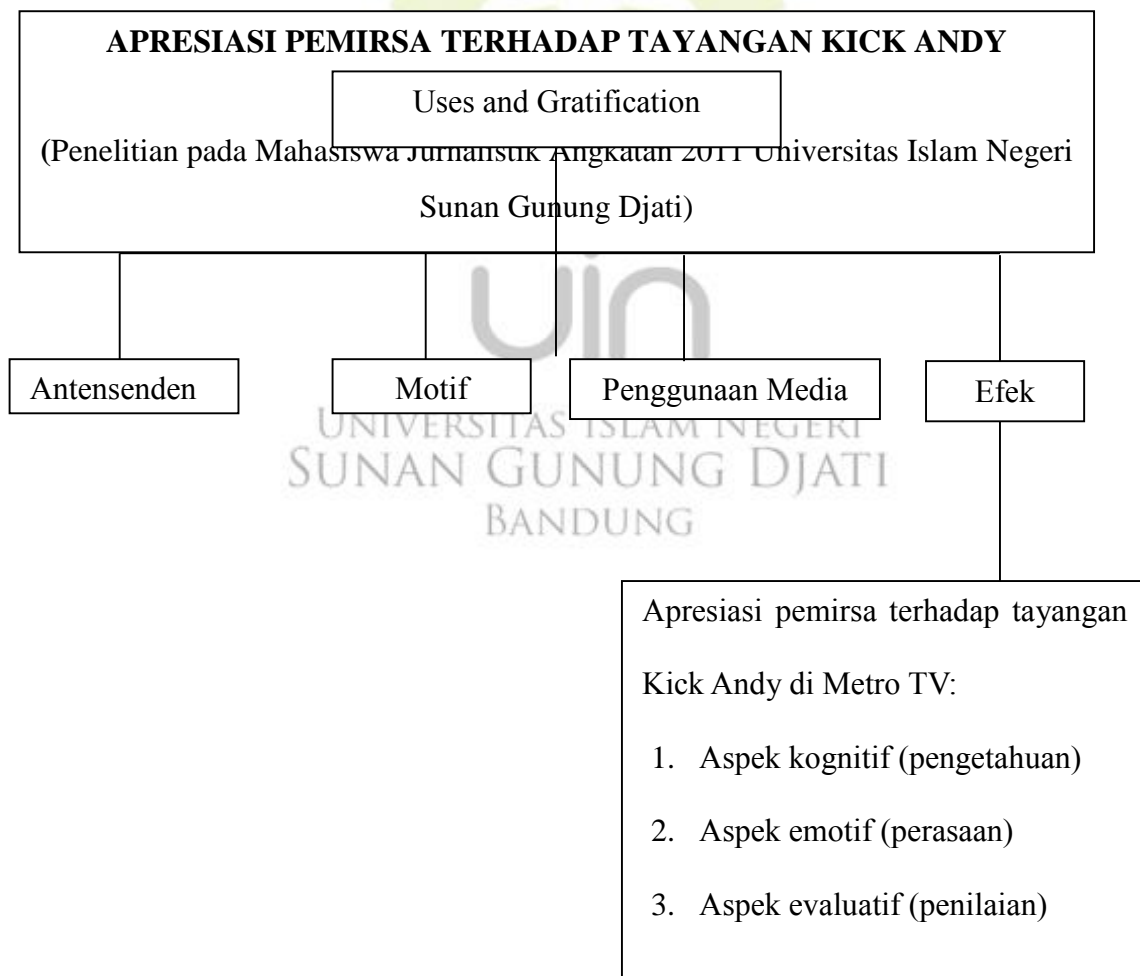
Secara etimologis, apresiasi berasal dari bahasa Inggris *appreciation* yang berarti penghargaan, penilaian, pengertian, bentuk itu berasal dari kata kedua *to appreciate* yang berarti menghargai, menilai, mengerti. Apresiasi mengandung makna pengenalan melalui perasaan atau kepekaan batin, dan pengakuan terhadap nilai-nilai keindahan yang diungkapkan pengarang (Aminuddin, 2013: 34).

Squire dan Tabak, F.B Davis (dalam Aminuddin, 2013: 34) berkesimpulan bahwa sebagai suatu proses, ada tiga aspek penting yang berpengaruh terhadap apresiasi), yaitu:

1. Aspek pengetahuan (kognitif). Aspek ini berkaitan dengan kemampuan mengenal dan memahami terhadap apa yang diapresiasikannya.
2. Aspek perasaan (emotif). Aspek ini berhubungan dengan kemampuan untuk menimbulkan perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas.
3. Aspek penilaian (evaluatif). Kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian.

Untuk lebih mempermudah memahami isi dari penelitian ini, maka peneliti membuat sebuah skema alur kerangka pemikiran yang tergambar di bawah ini:

Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran



1.8 Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Apresiasi Pemirsa terhadap Tayangan Kick Andy di Metro TV	1. Aspek Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan terhadap waktu penayangan • Pengetahuan terhadap pembawa acara dan narasumber • Pengetahuan terhadap isi pesan • Pengetahuan terhadap cara penyajian 	Interval
	2. Aspek Emotif	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan terhadap waktu penayangan • Perasaan terhadap pembawa acara dan narasumber • Perasaan terhadap isi pesan • Perasaan terhadap cara penyajian 	Interval
	3. Aspek Evaluatif	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian terhadap waktu penayangan • Penilaian terhadap pembawa acara dan narasumber • Penilaian terhadap isi pesan • Penilaian terhadap cara penyajian 	Interval

1.9 Langkah-langkah Penelitian

1.9.1 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Artinya penelitian yang dilakukan adalah menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka), yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai suatu keadaan berdasarkan data yang diperoleh.

Menurut Isaac dan Michael (dalam Rakhmat, 2012: 24) metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif dikarenakan dalam penelitian ini hanya menjabarkan apresiasi mahasiswa Jurnalistik terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV, dengan cara mengumpulkan data, menyusun data dan menganalisisnya.

1.9.2 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif karena hasil pengukuran dinyatakan dalam angka, dengan mencari:

- a. Aspek kognitif mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung mengenai Apresiasi terhadap tayangan Kick Andy.
- b. Aspek emotif mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung mengenai Apresiasi terhadap tayangan Kick Andy.
- c. Aspek evaluatif mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung mengenai Apresiasi terhadap tayangan Kick Andy.

1.9.3 Sumber Data

Sumber Data pada penelitian ini adalah dari kuesioner (angket) yang disebar

kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.9.4 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang masih aktif dan tercatat pada program S1 Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Dari observasi awal jumlah populasi sebanyak 122 orang.

Tabel 1.3
Jumlah Populasi Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011

No.	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	A	33
2	B	29
3	C	29
4	D	31
Jumlah		122

Sumber: Data absensi di jurusan ilmu komunikasi Jurnalistik

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi, maka penulis menggunakan pendapat Arikunto, yaitu jika populasi lebih besar atau lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25%, tetapi jika populasi lebih kecil atau kurang dari 100 maka seluruh populasi dijadikan sampel (Arikunto, 2002: 120).

Dari pendapat Arikunto, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 25% dari jumlah keseluruhan populasi, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{100} \times 25$$

n = besarnya ukuran sampel

N = jumlah populasi

25% = persentasi yang ditentukan

Berdasarkan rumus menentukan sampel di atas, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 122 orang, adapun jumlah sampel yang diambil yaitu 25% , maka diketahui ukuran sampel mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung sebanyak:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{100} \times 25 \\&= \frac{122}{100} \times 25 \\&= \frac{3050}{100} \\&= 30,5 \approx 30\end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden.

Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan teknik Sampling Purposif (*Purposive Sampling*), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010: 158). Pemilihan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa mereka telah menyaksikan dan mengetahui dengan jelas tayangan Kick Andy di Metro TV.

1.9.5 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian initerdiri atas beberapa cara, yaitu:

- a. Observasi

Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap suatu obyek penelitian, dalam penelitian ini observasi dianggap cukup penting untuk mengumpulkan fakta yang nantinya dijadikan data berkaitan dengan penelitian, yaitu penelitian pada program *talkshow* Kick Andy dan pada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

b. Kuesioner (angket)

Pertanyaan dalam kuisisioner adalah indikator dari konsep/ variabel. Kuisisioner atau angket yang akan disebar kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknik untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang tidak tergal oleh angket. Untuk itu wawancara dilakukan kepada responden yang menonton dan mengetahui betul tayangan Kick Andy dengan maksud untuk mengetahui lebih jauh tentang argument yang akan dikemukakan responden.

1.9.6 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1.9.6.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010: 211)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur yaitu instrumen dalam penelitian benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil kointeraksi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner.

Jenis kointeraksi yang digunakan adalah kointeraksi Pearson antara skor setiap pertanyaan dan skor aktual item. Cara memperoleh angka kointeraksi dalam uji validitas dengan alat bantu *software* SPSS versi 20.0.

Cara untuk melakukan uji validitas dengan SPSS:

1. Buat skor total pada variabel.
2. Klik *Analyze>Correlate>Bivariate*
3. Masukkan seluruh item ke Variabels
4. Masukkan total skor ke Variabels
5. Ceklis *Pearson ; Two Tailed ; Flag*
6. Klik OK
7. Lihat kolom terakhir. Nilai $\geq 0,30$.

Apabila nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari r kritis sebesar 0,30 maka instrumen dinyatakan valid.

1.9.6.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010:221)

Tujuan utama pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil uji reliabilitas mencerminkan dapat dipercaya dan tidaknya suatu instrumen penelitian berdasarkan tingkat kemantapan dan ketepatan suatu alat ukur dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur.

Untuk memperoleh reliabilitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan rumus alpha Cronbach, dengan langkah-langkah perhitungan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2 \text{ total}} \right]$$

Keterangan:

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

$S^2 \text{ total}$ = total varian dari keseluruhan item (Sugiyono, 2013: 365)

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r kritis sebesar 0,60. Apabila dilakukan pengujian reliabilitas dengan metode ini, maka nilai r hitung diwakili oleh nilai alpha. Apabila alpha hitung lebih besar daripada r kritis (0,60) dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen penelitian dapat disebut reliabel.

Reliabilitas item diuji dengan melihat Koefisien Alpha dengan melakukan Reliability Analysis dengan SPSS versi 20.0. Akan dilihat nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom *Corrected Item Total Correlation*. Cara

Uji Reliabilitas dengan SPSS:

1. Klik *Analyze>Scale>Reliability Analysis*
2. Masukkan seluruh item Variabel ke Items
3. Pastikan pada Model terpilih Alpha
4. Klik OK

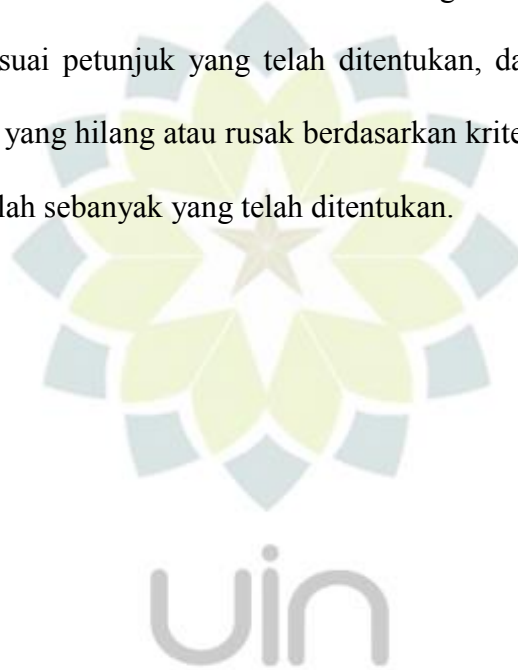
1.9.7 Pengolahan dan Analisis Data

Setelah melakukan beberapa uji diatas, lalu peneliti mengumpulkan hasil penelitian dan melakukan analisis tingkat akhir. Hal ini dimaksudkan agar lebih mudah dalam penyusunan kesimpulan penelitian.

Adapun cara-caranya adalah sebagai berikut:

1.9.7.1 Seleksi Data

Seleksi data dilakukan setelah seluruh angket terkumpul dengan kriteria setiap angket sesuai petunjuk yang telah ditentukan, dan harus dipastikan setiap angket tidak ada yang hilang atau rusak berdasarkan kriteria tersebut, maka seluruh angket dapat diolah sebanyak yang telah ditentukan.



1.9.7.2 Analisis Tabulasi Data

Dalam analisis tabulasi data, data yang diperoleh diolah dalam bentuk persentase sehingga dapat diketahui kecenderungan setiap jawaban, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P : Bilangan persentase yang dicari

f : Frekuensi jawaban

n : Jumlah responden

Bentuk tabulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4

Bentuk Tabulasi Data Penelitian

No.	Item Jawaban	F	%
Jumlah			

Nilai-nilai presentase setiap jawaban lalu ditafsirkan sebagai berikut:

Tabel 1.5

Standar Klasifikasi Analisis Data

Persentase	Keterangan
0%	Tidak ada sama sekali
1 – 9%	Sedikit sekali
10 – 39%	Sebagian sekali
40 – 49 %	Hampir setengahnya
50%	Setengahnya
51 – 59%	Lebih dari setengahnya
60 – 89%	Sebagian besar
90 – 99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

Untuk menentukan nilai pada kuesioner, peneliti menggunakan *skala likert*. Setiap item dari kuesioner tersebut merupakan pertanyaan yang memiliki 5 pilihan jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda, yaitu :

- “Sangat Setuju” memiliki nilai = 5
- “Setuju” memiliki nilai = 4
- “Ragu-ragu” memiliki nilai = 3
- “Tidak Setuju” memiliki nilai = 2
- “Sangat Tidak Setuju” memiliki nilai = 1

1.9.7.3 Pengumpulan Data

Setiap item pertanyaan yang telah peneliti susun pada angket akan dikumpulkan dalam sebuah tabel data nilai skor, bentuk tabelnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6

Data Nilai Skor

Ite m	SS	S	R	TS	STS	Jumlah
P1						
P2						
P3						
Ju mla h						

Nilai Indeks Minimum= (skor minimum) x (jumlah pertanyaan) x (jumlah respon
den)

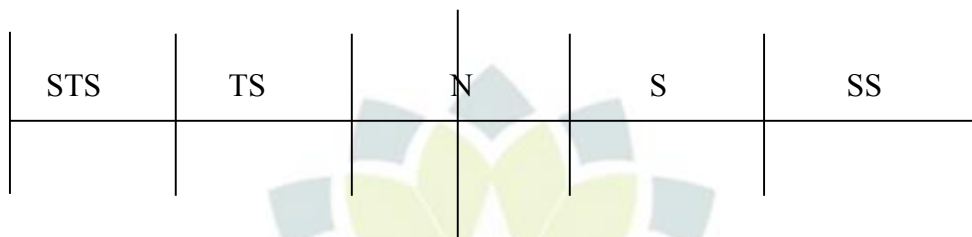
Nilai Indeks Maksimum =(skor maksimum) x (jumlah pertanyaan) x (jumlah res
ponden)

Interval = (nilai indeks maksimum) - (nilai indeks minimum)

Jarak Interval = Interval : Jenjang

(Arikunto, 2010: 353-356)

Setelah diketahui nilai skor dan jumlah total nilai, maka dimasukkan ke dalam garis skala likert, seperti berikut ini:



Kuesioner (angket) yang sebelumnya telah diolah menggunakan skala likert kemudian diterjemahkan kembali kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 1.7

Kategori Penilaian

Nilai	Kriteria Penilaian
0% – 20%	Sangat Rendah
21% – 40%	Rendah
41% – 60%	Sedang
61% – 80%	Tinggi
81% – 100%	Sangat Tinggi

1.9.7.4 Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Dalam penelitian ini kesimpulan akan diketahui berdasarkan rata-rata persentase masing-masing jawaban dari setiap indikator untuk kemudian diambil

persentase tertinggi atau yang paling banyak muncul lalu dideskripsikan sesuai dengan permasalahan

BAB I

PENDAHULUAN

1.5 Latar Belakang Masalah

Memasuki era keragaman televisi (TV) swasta, banyak bermunculan program *talkshow* yang variatif dan interaktif. Hampir semua stasiun televisi memiliki program *talkshow* yang biasanya membahas masalah-masalah yang sedang hangat dibicarakan masyarakat. Tema yang diangkat juga bermacam-macam, mulai dari masalah sosial, budaya, politik, ekonomi, pendidikan, olahraga dan lain sebagainya.

Acara *talkshow* sebagai salah satu upaya televisi untuk menarik khalayak. Salah satu stasiun televisi yang menayangkan program *talkshow* adalah Metro TV. Metro TV selama ini dikenal sebagai stasiun televisi swasta yang aktual dalam memberikan informasi dan menayangkan berita-berita. Metro TV mampu menyuguhkan program-program yang bisa mendidik dan membangun serta memberi pengetahuan baru bagi pemirsanya.

Salah satu program *talkshow* di Metro TV yang cukup merebut perhatian khalayak adalah program *talkshow* Kick Andy. *Talkshow* Kick Andy mengangkat isu-isu aktual yang berkaitan langsung dengan kehidupan publik. *Talkshow* Kick Andy beberapa kali pernah mengangkat isu politik namun dikemas sedemikian rupa sehingga tidak membosankan, tetapi malah membuat penasaran dan menimbulkan kagum banyak pemirsanya. Acara tersebut punya kekuatan dahsyat untuk mempengaruhi publik.

Topik dari *talkshow* Kick Andy tidak bersifat monoton dan terpusat pada satu masalah saja, tetapi tayangan ini juga mengulas berbagai topik atau kasus dari sudut

pandang yang berbeda. Informasi atau fenomena yang diangkat dalam tayangan ini biasanya menarik animo khalayak yang sedang menontonnya. Acara ini selalu menghadirkan kisah-kisah kehidupan nyata yang informatif, edukatif dan menginspirasi.

Talkshow Kick Andy mulai mengudara pada tanggal 1 Maret 2006 hingga sekarang. Kick Andy dibawakan secara apik oleh Andy F. Noya setiap hari jumat pukul 21.30 WIB dan tayangan ulang setiap hari minggu pukul 15.30 WIB. Namun pada tahun 2014 Kick Andy pindah jam tayang menjadi pukul 20.05 WIB dan tayangan ulang pukul 13.30 WIB. Setiap diakhir acara program ini selalu membagi-bagikan buku gratis karangan orang ternama dan *best seller*. (<http://www.kickandy.com/> Minggu, 18 Mei 2014)

Selain menampilkan tema yang beragam, Kick Andy juga menghadirkan narasumber dari berbagai profesi pada saat acara berlangsung, sehingga banyak cerita seru seputar kehidupan khalayak seluruh Indonesia. Narasumber dalam acara ini bisa berasal dari kalangan pejabat, politikus, guru, aktivis, artis, dan lain sebagainya. Dalam pembawaannya, pembawa acarapun mempunyai karakter dan gaya bahasa yang unik. Dalam setiap *point* pertanyaan yang bersifat langsung namun tidak sarkastik malah mengundang tawa dan para narasumber merasa nyaman ketika menjawab pertanyaan.

Kick Andy adalah *talkshow* yang amat manusiawi dan menyentuh hati karena dalam bahasa dan caranya menggunakan hati. Kick Andy memberikan pilihan tontonan humanis dengan cara yang amat berbeda. Kick Andy merupakan tontonan dengan pembicaraan serius namun tidak membosankan. Menonton Kick Andy adalah sebuah *experience*. Pemirsa yang menontonnya akan mengetahui berbagai macam kisah kehidupan atau pengalamanyang menarik yang dialami oleh narasumber yang dihadirkan. Hal itu bisa dijadikan contoh hidup agar memotivasi pemirsa yang menontonnya serta dapat menghargai hidup dan waktu mereka.

Talkshow Kick Andy dinyatakan sebagai program *talkshow* berita terbaik dalam ajang *Panasonic Gobel Award* (PGA) pada bulan Maret tahun 2011 dan tahun 2012 hal itu menjadi sebuah pembuktian bahwa tayangan berbasis jurnalistik layak menjadi hiburan yang menarik perhatian khalayak. Tak hanya program yang mendapatkan penghargaan, Andy F Noya presenter acara tersebut juga mendapatkan penghargaan sebagai presenter *talkshow* terbaik untuk kedua kalinya dalam PGA 2011.

(<http://kickandy.com/hotnews/14/44/2066/read/Kick-Andy-Raih-Panasonic-Award/>)

Minggu, 18 Mei Pukul 08.20)

Penghargaan lain yang diraih program *talkshow* Kick Andy yaitu penghargaan dari Museum Rekor Indonesia (Muri) pada bulan Agustus 2010, karena dinilai program tersebut bertahan dengan tema-tema kemanusiaan. Program yang dipandu Andy F. Noya itu dinilai sebagai satu-satunya program televisi yang menghadirkan sisi positif dan inspiratif di setiap episodenya. Penghargaan ini sebagai bentuk apresiasi kepada tayangan yang selalu menjunjung tinggi nilai kemanusiaan. Terlebih saat ini mayoritas acara televisi lainnya sarat akan gosip dan fitnah.

(<http://www.kickandy.com/hotnews/14/44/1932/read/kick-andy-mendapat-penghargaan-dari-museum-rekor-dunia-indonesia-muri/>) Minggu, 18 Mei 2014 Pukul 08.20)

Selain itu berdasarkan data kompas.com, tayangan Kick Andy Metro TV dinyatakan sebagai program televisi yang paling berkualitas. Data tersebut merupakan hasil riset rating publik II pada bulan Oktober 2008 yang dilakukan Yayasan SET bekerjasama dengan IJTI , Yayasan Tifa, dan Jaringan Masyarakat Pemerhati Televisi. Riset ini melibatkan 220 responden kalangan terdidik di 11 kota. Penelitian ini menunjukkan perbedaan antara program yang bernilai berkualitas dengan program berating tinggi yang dikeluarkan AGB Nielsen Media Research. Untuk program televisi yang berkualitas Kick Andy berada diperingkat pertama dengan persentase 35,40 %.

Sampai tahun 2014 ini Kick Andy masih tetap tayang di Metro TV , itu menandakan masih banyak yang menyaksikan acara tersebut dan tentunya masih memiliki rating yang tinggi. Rating menentukan usia sebuah program tayangan, semakin tinggi rating maka jumlah episodenya pun terus bertambah.

Adanya tayangan Kick Andy ini bertujuan untuk menginspirasi, memotivasi, dan sekaligus mendidik yang nantinya tayangan tersebut bisa diapresiasi seluruh lapisan masyarakat. Apresiasi ini dapat dikatakan sebagai penilaian terhadap acara tersebut dan dapat menimbulkan efek yang beragam bagi setiap khalayak. Berdasarkan fenomena tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji lebih mendalam tentang “Apresiasi Pemirsa Terhadap Tayangan Kick Andy di Metro TV (Penelitian pada Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung).”

1.6 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: **“Bagaimana Apresiasi Pemirsa Terhadap Tayangan Kick Andy Di Metro TV”**

1.7 Identifikasi Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

4. Bagaimana aspek kognitif (pengetahuan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV?
5. Bagaimana aspek emotif (perasaan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV?
6. Bagaimana aspek evaluatif (penilaian) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.

1.8 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini diantaranya yaitu:

4. Untuk mengetahui aspek kognitif (pengetahuan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.
5. Untuk mengetahui aspek emotif (perasaan) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.
6. Untuk mengetahui aspek evaluatif (penilaian) pemirsa terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV.

1.8 Manfaat Penelitian

3. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi penelitian dalam bidang ilmu komunikasi pada umumnya dan bidang kajian ilmu komunikasi pada khususnya.

4. Secara Praktis

- c. Penelitian ini diharapkan berguna sebagai literatur bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan kajian yang sama.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak stasiun televisi, khususnya dalam tayangan talkshow sebagai bahan evaluasi.

1.9 Tinjauan Pustaka

Tabel 1.1: Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Skripsi	Metode Penelitian	Teori	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	Fani Fajrini Darma Dalel (2011) - UNPAD	“Aprseiasi Siswa-siswa Kota Bandung Terhadap Tayangan Si Bolang Jalan-Jalan di Trans 7”	Metode survei dengan teknik penelitian dekriptif kuantitatif	<i>Uses and Gratification</i>	Apresiasi anak-anak sekolah dasar di kota Bandung terhadap Tayangan “Si Bolang Jalan-jalan” di Trans 7 dilihat dari aspek kognitif dan evaluatif adalah baik. Pada aspek emotif, apresiasi anak-anak sekolah dasar di kota Bandung terhadap tayangan “Si Bolang Jalan-jalan” dikategorikan cukup atau sedang.	Yang menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari media dan objek yang diteliti berbeda (mahasiswa Jurnalistik UIN angkatan 2011)

2.	Galuh Agustia Sitompul (2009) - UNPAD	“Apresiasi Pembaca Terhadap Suplemen Kampus di Harian Umum Pikiran Rakyat”	Metode deskriptif kuantitatif	<i>Uses and Gratification</i>	Hasil penelitian bahwa apresiasi dari pembaca mahasiswa jurnalistik dilihat dari aspek pengetahuan, aspek perasaan, dan aspek penilaian dinilai sudah cukup baik. Namun perlu beberapa penambahan dan perbaikan di beberapa aspek, seperti penambahan ruang untuk opini pembaca, dan pendalaman isu yang dibahas dalam artikel-artikel yang disajikan dalam <i>Suplemen Kampus</i> .	Yang menjadi perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari media dan objek yang diteliti berbeda (mahasiswa Jurnalistik UIN angkatan 2011)
3.	Sharifa Ainie	“Apresiasi Pembaca Pelajar	Metode deskriptif kuantitatif	<i>Uses and Gratification</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa apresiasi pembaca	Yang menjadi perbedaan antara

	<p>(2010) - UNPAD</p>	<p>SMA Pasundan 2 Bandung Terhadap Majalah <i>Grey</i>”</p>			<p>terhadap majalah <i>Grey</i> cenderung tinggi, dilihat dari aspek-aspek apresiasi yaitu kognitif, emotif, dan evaluatif. Simpulan yang diperoleh adalah bahwa responden mengapresiasi dengan baik majalah <i>Grey</i>. Dilihat dari aspek kognitif, responden mengetahui dengan pasti keberadaan majalah <i>Grey</i> dan isi majalah <i>Grey</i>. Dari aspek emotif, responden merasa puas dengan hadirnya majalah <i>Grey</i>, baik dari segi konsep maupun dari segi isinya. Dari</p>	<p>penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu dari media dan objek yang diteliti berbeda (mahasiswa Jurnalistik UIN angkatan 2011)</p>
--	---------------------------	---	--	--	--	--

					aspek evaluatif, responden menilai baik keberadaan majalah <i>Grey</i> .	
--	--	--	--	--	---	--

1.10 Kerangka Pemikiran

1.10.1 Kerangka Teoritis

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model *Uses and Gratifications*. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri orang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan (Rakhmat, 2012: 65)

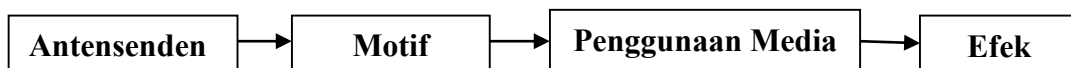
Konsep dasar model *uses and gratification* menurut para pendirinya (Katz, Blumler, dan Gurevitch, 1974) (dalam Rakhmat, 2012: 65), bahwa:

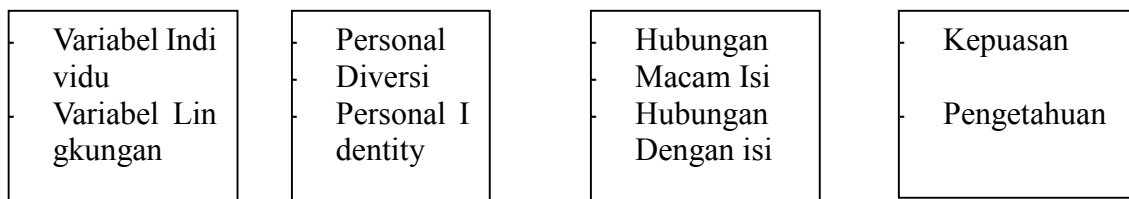
Teori ini yang diteliti ialah sumber sosial dan psikologis dari kebutuhan, yang melahirkan harapan-harapan dari media massa atau sumber-sumber yang lain, yang menyebabkan perbedaan pola terpaan media (atau keterlibatan dalam kegiatan lain), dan menghasilkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain, bahkan sering kali akibat-akibat yang tidak dikehendaki.

Model *uses and gratifications* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi (khususnya media massa) tidak mempunyai kekuatan memengaruhi khalayak. Inti *teori uses and gratification* adalah khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap berusaha memenuhi motif khalayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi.

Gambar 1.1

Model Uses and Gratification





Sumber: *Jallaludin Rakmat, 2012: 66*

1.9.2 Kerangka Konseptual

Apresiasi berasal dari bahasa Inggris yakni, *appreciation* yang artinya penghargaan dan pengertian terhadap suatu pengetahuan atau juga berarti penilaian atau penghargaan terhadap sesuatu (Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989: 615)

Secara etimologis, apresiasi berasal dari bahasa Inggris *appreciation* yang berarti penghargaan, penilaian, pengertian, bentuk itu berasal dari kata kedua *to appreciate* yang berarti menghargai, menilai, mengerti. Apresiasi mengandung makna pengenalan melalui perasaan atau kepekaan batin, dan pengakuan terhadap nilai-nilai keindahan yang diungkapkan pengarang (Aminuddin, 2013: 34).

Squire dan Taba, F.B Davis (dalam Aminuddin, 2013: 34) berkesimpulan bahwa sebagai suatu proses, ada tiga aspek penting yang berpengaruh terhadap apresiasi), yaitu:

4. Aspek pengetahuan (kognitif). Aspek ini berkaitan dengan kemampuan mengenal dan memahami terhadap apa yang diapresiasikannya.
5. Aspek perasaan (emotif). Aspek ini berhubungan dengan kemampuan untuk menimbulkan perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas.
6. Aspek penilaian (evaluatif). Kemampuan seseorang untuk memberikan penilaian.

Untuk lebih mempermudah memahami isi dari penelitian ini, maka peneliti membuat sebuah skema alur kerangka pemikiran yang tergambar di bawah ini:

Gambar 1.2 Bagan Kerangka Pemikiran



1.10 Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.2

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Apresiasi Pemirsa terhadap Tayangan Kick Andy di Metro TV	4. Aspek Kognitif	<ul style="list-style-type: none"> • Pengetahuan terhadap waktu penayangan • Pengetahuan terhadap pembawa acara dan narasumber • Pengetahuan terhadap isi pesan • Pengetahuan terhadap cara penyajian 	Interval
	5. Aspek Emotif	<ul style="list-style-type: none"> • Perasaan terhadap waktu penayangan • Perasaan terhadap pembawa acara dan narasumber • Perasaan terhadap isi pesan • Perasaan terhadap cara penyajian 	Interval
	6. Aspek Evaluatif	<ul style="list-style-type: none"> • Penilaian terhadap waktu penayangan • Penilaian terhadap pembawa acara dan narasumber • Penilaian terhadap isi pesan • Penilaian terhadap cara penyajian 	Interval

1.11 Langkah-langkah Penelitian

1.9.6 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Artinya penelitian yang dilakukan adalah menekankan analisisnya pada data-data numeric (angka), yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai suatu keadaan berdasarkan data yang diperoleh.

Menurut Isaac dan Michael (dalam Rakhmat, 2012: 24) metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi.

Alasan peneliti menggunakan metode deskriptif dikarenakan dalam penelitian ini hanya menjabarkan apresiasi mahasiswa Jurnalistik terhadap tayangan Kick Andy di Metro TV, dengan cara mengumpulkan data, menyusun data dan menganalisisnya.

1.9.7 Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif karena hasil pengukuran dinyatakan dalam angka, dengan mencari:

- a. Aspek kognitif mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung mengenai Apresiasi terhadap tayangan Kick Andy.
- b. Aspek emotif mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung mengenai Apresiasi terhadap tayangan Kick Andy.
- c. Aspek evaluatif mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung mengenai Apresiasi terhadap tayangan Kick Andy.

1.9.8 Sumber Data

Sumber Data pada penelitian ini adalah dari kuesioner (angket) yang disebar

kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

1.9.9 Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang masih aktif dan tercatat pada program S1 Ilmu Komunikasi Jurnalistik. Dari observasi awal jumlah populasi sebanyak 122 orang.

Tabel 1.3
Jumlah Populasi Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2011

No.	Kelas	Jumlah Mahasiswa
1	A	33
2	B	29
3	C	29
4	D	31
Jumlah		122

Sumber: Data absensi di jurusan ilmu komunikasi Jurnalistik

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk menentukan ukuran sampel dari populasi, maka penulis menggunakan pendapat Arikunto, yaitu jika populasi lebih besar atau lebih dari 100 orang, maka dapat diambil 10-15% atau 20-25%, tetapi jika populasi lebih kecil atau kurang dari 100 maka seluruh populasi dijadikan sampel (Arikunto, 2002: 120).

Dari pendapat Arikunto, maka peneliti mengambil sampel sebanyak 25% dari jumlah keseluruhan populasi, dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{100} \times 25$$

n = besarnya ukuran sampel

N = jumlah populasi

25% = persentasi yang ditentukan

Berdasarkan rumus menentukan sampel di atas, maka jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 122 orang, adapun jumlah sampel yang diambil yaitu 25% , maka diketahui ukuran sampel mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 UIN SGD Bandung sebanyak:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{100} \times 25 \\ &= \frac{122}{100} \times 25 \\ &= \frac{3050}{100} \\ &= 30,5 \approx 30\end{aligned}$$

Maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 30 responden.

Untuk menentukan sampel peneliti menggunakan teknik Sampling Purposif (*Purposive Sampling*), teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel (Kriyantono, 2010: 158). Pemilihan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa mereka telah menyaksikan dan mengetahui dengan jelas tayangan Kick Andy di Metro TV.

1.9.10 Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian initerdiri atas beberapa cara, yaitu:

- d. Observasi

Observasi yaitu pengamatan langsung terhadap suatu obyek penelitian, dalam penelitian ini observasi dianggap cukup penting untuk mengumpulkan fakta yang nantinya dijadikan data berkaitan dengan penelitian, yaitu penelitian pada program *talkshow* Kick Andy dan pada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

e. Kuesioner (angket)

Pertanyaan dalam kuisisioner adalah indikator dari konsep/ variabel. Kuisisioner atau angket yang akan disebar kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2011 di Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

f. Wawancara

Wawancara merupakan teknik untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan yang tidak tergal oleh angket. Untuk itu wawancara dilakukan kepada responden yang menonton dan mengetahui betul tayangan Kick Andy dengan maksud untuk mengetahui lebih jauh tentang argument yang akan dikemukakan responden.

1.9.8 Uji Validitas dan Uji Reabilitas

1.9.8.1 Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Suatu instrumen yang valid atau sahih mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 2010: 211)

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana suatu alat ukur yaitu instrumen dalam penelitian benar-benar dapat mengukur apa yang akan diukur. Alat ukur yang dapat digunakan dalam pengujian validitas suatu kuesioner adalah angka hasil kointeraksi antara skor pernyataan dan skor keseluruhan pernyataan responden terhadap informasi dalam kuesioner.

Jenis kointeraksi yang digunakan adalah kointeraksi Pearson antara skor setiap pertanyaan dan skor aktual item. Cara memperoleh angka kointeraksi dalam uji validitas dengan alat bantu *software* SPSS versi 20.0.

Cara untuk melakukan uji validitas dengan SPSS:

8. Buat skor total pada variabel.
9. Klik *Analyze>Correlate>Bivariate*
10. Masukkan seluruh item ke Variabels
11. Masukkan total skor ke Variabels
12. Ceklis *Pearson ; Two Tailed ; Flag*
13. Klik OK
14. Lihat kolom terakhir. Nilai $\geq 0,30$.

Apabila nilai *Corrected Item Total Correlation* lebih besar dari r kritis sebesar 0,30 maka instrumen dinyatakan valid.

1.9.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 2010:221)

Tujuan utama pengujian reliabilitas adalah untuk mengetahui konsistensi atau keteraturan hasil pengukuran suatu instrumen apabila instrumen tersebut digunakan lagi sebagai alat ukur suatu objek atau responden. Hasil uji reliabilitas mencerminkan dapat dipercaya dan tidaknya suatu instrumen penelitian berdasarkan tingkat kemantapan dan ketepatan suatu alat ukur dalam pengertian bahwa hasil pengukuran yang didapatkan merupakan ukuran yang benar dari sesuatu yang diukur.

Untuk memperoleh reliabilitas alat ukur dilakukan dengan menggunakan rumus alpha Cronbach, dengan langkah-langkah perhitungan sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2 \text{ total}} \right]$$

Keterangan:

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum S_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

$S^2 \text{ total}$ = total varian dari keseluruhan item (Sugiyono, 2013: 365)

Standar yang digunakan dalam menentukan reliabel dan tidaknya suatu instrumen penelitian umumnya adalah perbandingan antara nilai r hitung dengan r kritis sebesar 0,60. Apabila dilakukan pengujian reliabilitas dengan metode ini, maka nilai r hitung diwakili oleh nilai alpha. Apabila alpha hitung lebih besar daripada r kritis (0,60) dan alpha hitung bernilai positif, maka suatu instrumen penelitian dapat disebut reliabel.

Reliabilitas item diuji dengan melihat Koefisien Alpha dengan melakukan Reliability Analysis dengan SPSS versi 20.0. Akan dilihat nilai Alpha-Cronbach untuk reliabilitas keseluruhan item dalam satu variabel. Agar lebih teliti, dengan menggunakan SPSS, juga akan dilihat kolom *Corrected Item Total Correlation*. Cara

Uji Reliabilitas dengan SPSS:

5. Klik *Analyze>Scale>Reliability Analysis*
6. Masukkan seluruh item Variabel ke Items
7. Pastikan pada Model terpilih Alpha
8. Klik OK

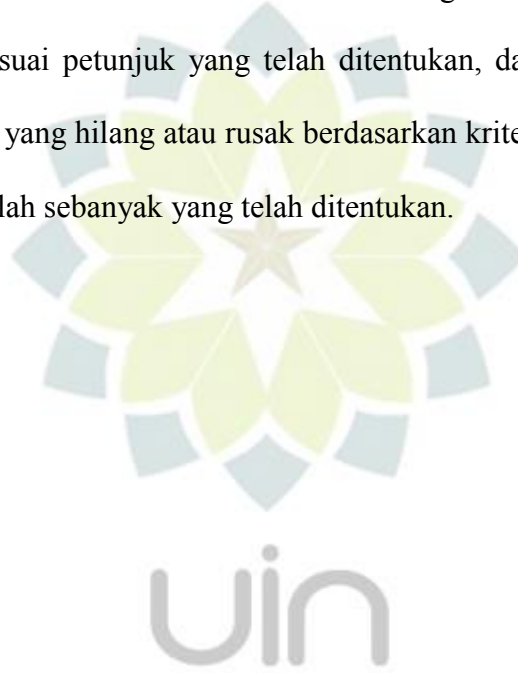
1.9.9 Pengolahan dan Analisis Data

Setelah melakukan beberapa uji diatas, lalu peneliti mengumpulkan hasil penelitian dan melakukan analisis tingkat akhir. Hal ini dimaksudkan agar lebih mudah dalam penyusunan kesimpulan penelitian.

Adapun cara-caranya adalah sebagai berikut:

1.9.9.1 Seleksi Data

Seleksi data dilakukan setelah seluruh angket terkumpul dengan kriteria setiap angket sesuai petunjuk yang telah ditentukan, dan harus dipastikan setiap angket tidak ada yang hilang atau rusak berdasarkan kriteria tersebut, maka seluruh angket dapat diolah sebanyak yang telah ditentukan.



1.9.9.2 Analisis Tabulasi Data

Dalam analisis tabulasi data, data yang diperoleh diolah dalam bentuk persentase sehingga dapat diketahui kecenderungan setiap jawaban, dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

Keterangan :

P : Bilangan persentase yang dicari

f : Frekuensi jawaban

n : Jumlah responden

Bentuk tabulasi data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4

Bentuk Tabulasi Data Penelitian

No.	Item Jawaban	F	%
	Jumlah		

Nilai-nilai presentase setiap jawaban lalu ditafsirkan sebagai berikut:

Tabel 1.5

Standar Klasifikasi Analisis Data

Persentase	Keterangan
0%	Tidak ada sama sekali
1 – 9%	Sedikit sekali
10 – 39%	Sebagian sekali
40 – 49 %	Hampir setengahnya
50%	Setengahnya
51 – 59%	Lebih dari setengahnya
60 – 89%	Sebagian besar
90 – 99%	Hampir seluruhnya
100%	Seluruhnya

Untuk menentukan nilai pada kuesioner, peneliti menggunakan *skala likert*. Setiap item dari kuesioner tersebut merupakan pertanyaan yang memiliki 5 pilihan jawaban dengan masing-masing nilai yang berbeda, yaitu :

- “Sangat Setuju” memiliki nilai = 5
- “Setuju” memiliki nilai = 4
- “Ragu-ragu” memiliki nilai = 3
- “Tidak Setuju” memiliki nilai = 2
- “Sangat Tidak Setuju” memiliki nilai = 1

1.9.9.3 Pengumpulan Data

Setiap item pertanyaan yang telah peneliti susun pada angket akan dikumpulkan dalam sebuah tabel data nilai skor, bentuk tabelnya adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6

Data Nilai Skor

Ite m	SS	S	R	TS	STS	Jumlah
P1						
P2						
P3						
Ju mla h						

Nilai Indeks Minimum= (skor minimum) x (jumlah pertanyaan) x (jumlah respon
den)

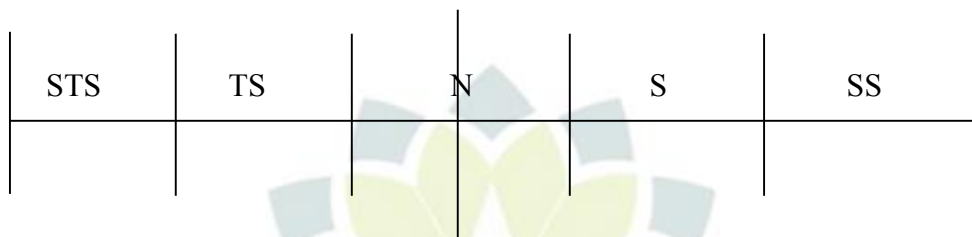
Nilai Indeks Maksimum =(skor maksimum) x (jumlah pertanyaan) x (jumlah res
ponden)

Interval = (nilai indeks maksimum) - (nilai indeks minimum)

Jarak Interval = Interval : Jenjang

(Arikunto, 2010: 353-356)

Setelah diketahui nilai skor dan jumlah total nilai, maka dimasukkan ke dalam garis skala likert, seperti berikut ini:



Kuesioner (angket) yang sebelumnya telah diolah menggunakan skala likert kemudian diterjemahkan kembali kategori penilaian sebagai berikut:

Tabel 1.7

Kategori Penilaian

Nilai	Kriteria Penilaian
0% – 20%	Sangat Rendah
21% – 40%	Rendah
41% – 60%	Sedang
61% – 80%	Tinggi
81% – 100%	Sangat Tinggi

1.9.9.4 Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif. Dalam penelitian ini kesimpulan akan diketahui berdasarkan rata-rata persentase masing-masing jawaban dari setiap indikator untuk kemudian diambil

persentase tertinggi atau yang paling banyak muncul lalu dideskripsikan sesuai dengan permasalahan

