

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Hampir setiap media online memiliki rubrik khusus olahraga, bahkan beberapa media online fokus pada informasi mengenai olahraga. Saat ini, informasi mengenai olahraga terutama sepakbola masih menjadi salah satu komoditas berita yang paling diminati khalayak. Ini terbukti dari semakin banyaknya situs yang fokus pada konten informasi sepakbola diantaranya goal.com, sportsatu.com, bolanews.com, dan bola.net. Beberapa klub sepakbola profesional di Indonesia pun memiliki media informasi tersendiri. Hal tersebut merupakan efek dari semakin ketatnya peraturan yang mengharuskan klub sepakbola untuk mandiri dan melakukan pembenahan dalam berbagai bidang termasuk bidang informasi dan komunikasi.

Salah satu klub yang serius menggarap media informasi adalah Persib Bandung melalui situs Persib.co.id. Situs ini adalah media resmi yang dibentuk oleh PT Persib Bandung Bermartabat. Sifat medianya yang resmi membuat informasi yang disajikan situs Persib.co.id sering menjadi rujukan media lain. Di tengah banyaknya pilihan media berkonten sejenis, bobotoh berperan aktif dalam memilih media mana yang dapat memenuhi kebutuhan informasi mereka. Semakin terpenuhinya kebutuhan informasi bobotoh oleh sebuah media, maka akan semakin tinggi pula intensitas penggunaan bobotoh terhadap media tersebut.

Persib.co.id menyajikan berita harian, sejarah, jadwal pertandingan, dan berbagai informasi mengenai Persib Bandung. Kini situs Persib.co.id telah resmi

meluncurkan rubrik “Persib Goes To Asia”, yakni rubrik berbahasa Inggris yang bertujuan agar Persib Bandung dikenal secara internasional. Berdasarkan ranking Alexa.com pada 12 Mei 2015, situs Persib.co.id menduduki posisi 30.993 di dunia dan 915 di Indonesia (berubah setiap waktu) dinilai dari frekuensi pengunjung situs, ranking tersebut merupakan posisi tertinggi di antara situs serupa diantaranya simamaung.com, maenbal.co, dan bobotoh.id.

Namun yang menjadi masalah adalah bagaimana kehadiran situs Persib.co.id di tengah banyaknya situs yang memiliki konten sejenis, apakah dapat memenuhi kebutuhan bobotoh akan informasi mengenai Persib. Dalam masyarakat heterogen, pilihan dalam menentukan media massa tentu sangat beragam sesuai latar belakang individu. Karenanya kelompok masyarakat dalam menentukan media massa yang menjadi pilihannya untuk memperoleh informasi dapat diklasifikasikan ke dalam beberapa jenis:

- a. Kelompok atau publik. Sejalan dengan suatu pengelompokan sosial yang ada (komunitas, keanggotaan minoritas politis, religius, atau etnis) dan dengan karakteristik sosial bersama dari tempat, kelas sosial, politik, budaya, dan sebagainya.
- b. Kelompok Kepuasan. Terbentuk atas dasar tujuan atau kebutuhan individu tertentu terlepas dari media, tetapi berkaitan misalnya dengan isu politik atau sosial, jadi suatu kebutuhan umum akan informasi atau kepuasan emosional dan afeksi tertentu.

- c. Kelompok penggemar atau budaya cita rasa. Terbentuk atas dasar minat pada jenis isi atau daya tarik tertentu akan kepribadian tertentu atau cita rasa budaya/intelektual tertentu.
- d. Audiens medium. Berasal dari dan dipertahankan oleh kebiasaan atau loyalitas pada sumber media tertentu, misalnya surat kabar, majalah, saluran radio atau televisi (McQuail, 1987: 207).

Sedangkan secara umum Katz, Gurevitch dan Haas (dalam Liliweri, 1991: 137-138) berkeyakinan terhadap tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan dalam lima kelompok yaitu:

- a. Kebutuhan kognitif

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan, serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan.

- b. Kebutuhan afektif

Yaitu kebutuhan yang berhubungan dengan usaha untuk memperkuat pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Faktor tersebut merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.

- c. Kebutuhan integratif personal

Yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan, kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.

d. Kebutuhan integratif sosial

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.

e. Kebutuhan akan pelarian

Yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan, kebutuhan akan hiburan.

Dengan asumsi tersebut maka orang-orang yang berada dalam suatu kelompok penggemar cenderung memilih jenis pesan yang sama. Maka dari itu penelitian ini akan menggunakan kelompok penggemar sepakbola khususnya pendukung Persib yang tergabung dalam komunitas Bobotoh Taqwa. Bobotoh Taqwa adalah satu dari sekian banyak basis pendukung Persib. Bobotoh Taqwa dirintis sejak 2008, namun diresmikan pada 8 Agustus 2011. Hal yang menjadi keunikan Bobotoh Taqwa adalah visi dan misi mereka yang tergambar dalam semboyan yang kini mereka usung, yakni “Tauhid Di Atas Segalanya.” Bobotoh Taqwa merasa berkewajiban untuk saling mengingatkan sesama bobotoh yang lain untuk tetap menempatkan tauhid sebagai prioritas pertama dan terutama.

Kini Bobotoh Taqwa telah memiliki 200 anggota yang tersebar di beberapa kota di Jawa Barat dan 50 diantaranya berdomisili di Bandung. Observasi awal menunjukkan bahwa sebagian besar anggota Bobotoh Taqwa mengetahui situs Persib.co.id dan suka membacanya. Terpilihnya Bobotoh Taqwa sebagai responden dikarenakan komunitas ini memiliki jumlah anggota yang representatif dan aktif secara *offline* maupun *online*, baik dalam mendukung Persib

maupun dalam kegiatan sosial. Bobotoh Taqwa pun sudah mulai dikenal melalui pemberitaan media massa. Sebagai basis pecinta Persib, tentunya Bobotoh Taqwa memiliki perhatian lebih terhadap klub kebanggaan Jawa Barat ini dengan selalu mengikuti perkembangan informasi Persib melalui berbagai media.

Umumnya pengguna media online adalah orang yang memahami teknologi karena dalam pengoperasiannya media online menggunakan perangkat komputer dan jaringan internet. Dengan menggunakan media online, perhatian khalayak tidak terpaku pada apa yang media berikan, melainkan tertuju pada berita apa yang ingin dicari dan dibutuhkan. Tidak seorang pun dapat mengendalikan perhatian khalayak yang bebas keluar-masuk media online sesuai dengan apa yang ingin dibaca. Dengan kata lain khalayak mendapat kebebasan dalam mencari informasi untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Merujuk pada ranking Alexa.com, kehadiran situs Persib.co.id dibanding situs serupa yang telah disebutkan sebelumnya, masih menjadi sumber informasi yang paling banyak digunakan, sehingga diduga kuat Bobotoh menjadikan situs Persib.co.id sebagai prioritas dalam mengikuti perkembangan informasi Persib Bandung. Fenomena tersebut menunjukkan bahwa khalayak diberikan kebebasan untuk memilih media yang menurut mereka menarik dan dapat memenuhi kebutuhan informasi bagi mereka. Oleh karena itu, penelitian ini akan menjelaskan bagaimana hubungan antara membaca situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi Bobotoh.

1.2. Rumusan Masalah

- 1.2.1. Bagaimana penggunaan situs Persib.co.id oleh Bobotoh?
- 1.2.2. Bagaimana kebutuhan informasi Bobotoh?
- 1.2.3. Bagaimana hubungan penggunaan situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi Bobotoh?

1.3. Tujuan penelitian

- 1.3.1. Mengetahui bagaimana penggunaan situs Persib.co.id oleh Bobotoh.
- 1.3.2. Mengetahui bagaimana kebutuhan informasi Bobotoh.
- 1.3.3. Mengetahui bagaimana hubungan penggunaan situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi Bobotoh.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang kejournalistikan yang berkaitan dengan kajian mengenai fungsi media online dalam pemenuhan kebutuhan informasi khalayak.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi kepada pengelola media online dalam hal menyajikan informasi yang lebih mendalam dan aktual sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi khalayaknya. Penelitian ini pun diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti yang akan meneliti kajian serupa.

1.5. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel 1.1

No.	Penjelasan	
1.	Nama	Mohamad Saifulloh Halim
	Judul	Respon Bobotoh Terhadap Siaran Acara Persib Berbisik di Radio Paramuda 93,7FM Bandung
	Tahun	2006
	Metode	Deskriptif korelatif
	Hasil	Terdapat hubungan yang kuat antara variabel berita Persib Berbisik dengan variabel respon anggota Viking Persib Club
	Persamaan	Metode Penelitian, dan jenis responden
	Perbedaan	Teori yang digunakan
2.	Nama	Herdiansah
	Judul	Pengaruh Terpaan Rubrik Otokir Plus pada Harian Umum Pikiran Rakyat terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Otomotif
	Tahun	2006
	Metode	Korelasi
	Hasil	Ada hubungan yang signifikan antara rubrik Otokir Plus terhadap pemenuhan kebutuhan informasi otomotif, namun ada faktor lain yang turut memengaruhi
	Persamaan	Metode dan variabel Y
	Perbedaan	Teori yang digunakan

3.	Nama	Eka Harumi Sediawati
	Judul	Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kebudayaan Cina di Media Massa pada Kalangan Etnis Tionghoa
	Tahun	2012
	Metode	Analisis deskriptif kuantitatif
	Hasil	Pemenuhan kebutuhan informasi kebudayaan Cina di media massa pada kalangan etnis Tionghoa perhimpunan INTI di Jakarta menunjukkan penggunaan media online sangat tinggi dan responden merasa cukup terpenuhi kebutuhannya
	Persamaan	Meneliti pemenuhan kebutuhan informasi
	Perbedaan	Teori dan metode yang digunakan
4.	Nama	Dian Sativa
	Judul	Media Online dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi
	Tahun	2010
	Metode	Survei
	Hasil	Terdapat hubungan yang signifikan antara menggunakan media online Kompas.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Komunikasi Swadana Transfer Angkatan 2008 FISIP UNS
	Persamaan	Teori yang digunakan, Variabel Y, Media massa yang digunakan responden
	Perbedaan	Metode
5.	Nama	Indah Hardiani
	Judul	Pengaruh Intensitas Membaca Newsletter Intermezo SCTV Terhadap Tingkat Pengetahuan Karyawan SCTV tentang Aktivitas Perusahaan
	Tahun	2014
	Metode	Eksplanatif
	Hasil	Terdapat hubungan yang cukup berarti antara intensitas membaca newsletter Intermezo SCTV terhadap tingkat pengetahuan karyawan SCTV tentang aktivitas perusahaan
	Persamaan	Penggunaan terpaan media sebagai sub variabel X
	Perbedaan	Teori dan metode yang digunakan

1.6. Kerangka Pemikiran

1.6.1. Konstruksi Teori

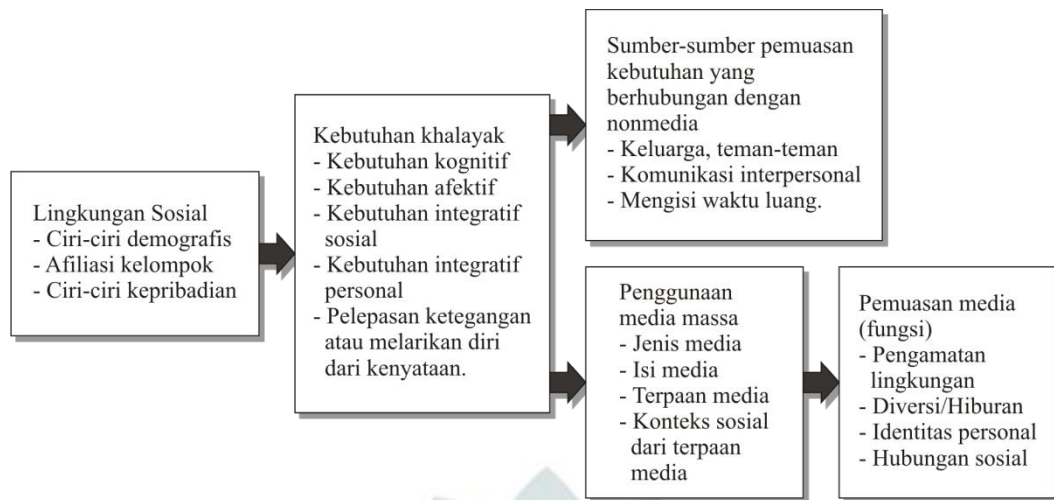
Kegiatan penggunaan media merupakan bagian dari terpaan media. Terpaan media dalam komunikasi massa tidak hanya menyangkut apakah seseorang telah merasakan kehadiran media massa, tetapi juga apakah seseorang benar-benar terbuka terhadap pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005: 2), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media atau pun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan (*longevity*).

Frekuensi penggunaan media mengumpulkan data khalayak tentang berapa kali sehari seseorang menggunakan media dalam satu minggu (untuk meneliti program harian); berapa kali seminggu seseorang menggunakan dalam satu bulan (untuk program mingguan dan tengah bulanan); serta berapa kali sebulan seseorang menggunakan media dalam satu tahun (untuk program bulanan).

Dari ketiga pola tersebut yang sering dilakukan adalah pengukuran program harian (berapa kali dalam seminggu). Sedangkan pengukuran variabel durasi penggunaan media menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari); atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (*audience's share on program*) (Ardianto dkk, 2014: 168).

Durasi, frekuensi, dan daya tarik dari media itu sendiri dapat memengaruhi apakah kebutuhan informasi khalayak yang mengonsumsi media tersebut terpenuhi atau tidak. Untuk mengukur variabel pemenuhan kebutuhan informasi, kebutuhan khalayak terhadap media yang menjadi bagian dari teori *uses and gratifications* (Kebutuhan dan Kepuasan) dapat digunakan. Teori *uses and gratifications* merupakan pengembangan dari model jarum hipodermik. Model ini tidak tertarik pada apa yang dilakukan media pada diri seseorang, tetapi ia tertarik pada apa yang dilakukan orang terhadap media. Khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Studi dalam bidang ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Oleh karena itu, sebagian besar perilaku khalayak akan dijelaskan melalui berbagai kebutuhan (*needs*) dan kepentingan individu.

Uses and gratifications meneliti asal mula kebutuhan manusia secara psikologis dan sosial, yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber-sumber lain (atau keterlibatan pada kegiatan lain) dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan. Penelitian yang menggunakan *uses and gratifications* memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan (Ardianto dkk, 2014: 73-74).



Gambar 1.1. Teori *uses and gratification* (Liliweri, 1991: 135)

Secara umum Katz, Gurevitch dan Haas berkeyakinan terhadap tipologi kebutuhan manusia yang berkaitan dengan media yang diklasifikasikan dalam lima kelompok yaitu:

- 1) Kebutuhan kognitif, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat informasi, pengetahuan, serta pengertian tentang lingkungan kita. Kebutuhan ini didasarkan pada keinginan untuk mengerti dan menguasai lingkungan. Kebutuhan kognitif juga dapat terpenuhi oleh adanya dorongan-dorongan seperti keingintahuan (curiosity) dan menjelajahan (exploratory) pada diri kita.
- 2) Kebutuhan afektif, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat pengalaman-pengalaman yang bersifat keindahan, kesenangan dan emosional. Mencari kesenangan dan hiburan merupakan motivasi yang pada umumnya dapat dipenuhi oleh media.
- 3) Kebutuhan integratif personal, yaitu kebutuhan-kebutuhan yang berhubungan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kepercayaan,

kesetiaan, status pribadi. Kebutuhan seperti ini dapat diperoleh dari adanya keinginan setiap individu untuk meningkatkan harga diri.

- 4) Kebutuhan integratif sosial, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan usaha-usaha untuk memperkuat kontak dengan keluarga, teman-teman dan dengan alam sekelilingnya. Kebutuhan-kebutuhan tersebut didasarkan oleh adanya keinginan setiap individu untuk berafiliasi.
- 5) Kebutuhan akan pelarian, yaitu kebutuhan yang berkaitan dengan hasrat untuk melarikan diri dari kenyataan, melepaskan ketegangan, kebutuhan akan hiburan.

1.6.2. Konstruksi Logika

Perkembangan teknologi membawa dampak terhadap bidang komunikasi massa. Kini saluran komunikasi massa tidak hanya melalui media cetak dan elektronik saja, melainkan hadir pula media online. Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi objek kajian teori "media baru" (new media), yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi "real-time".

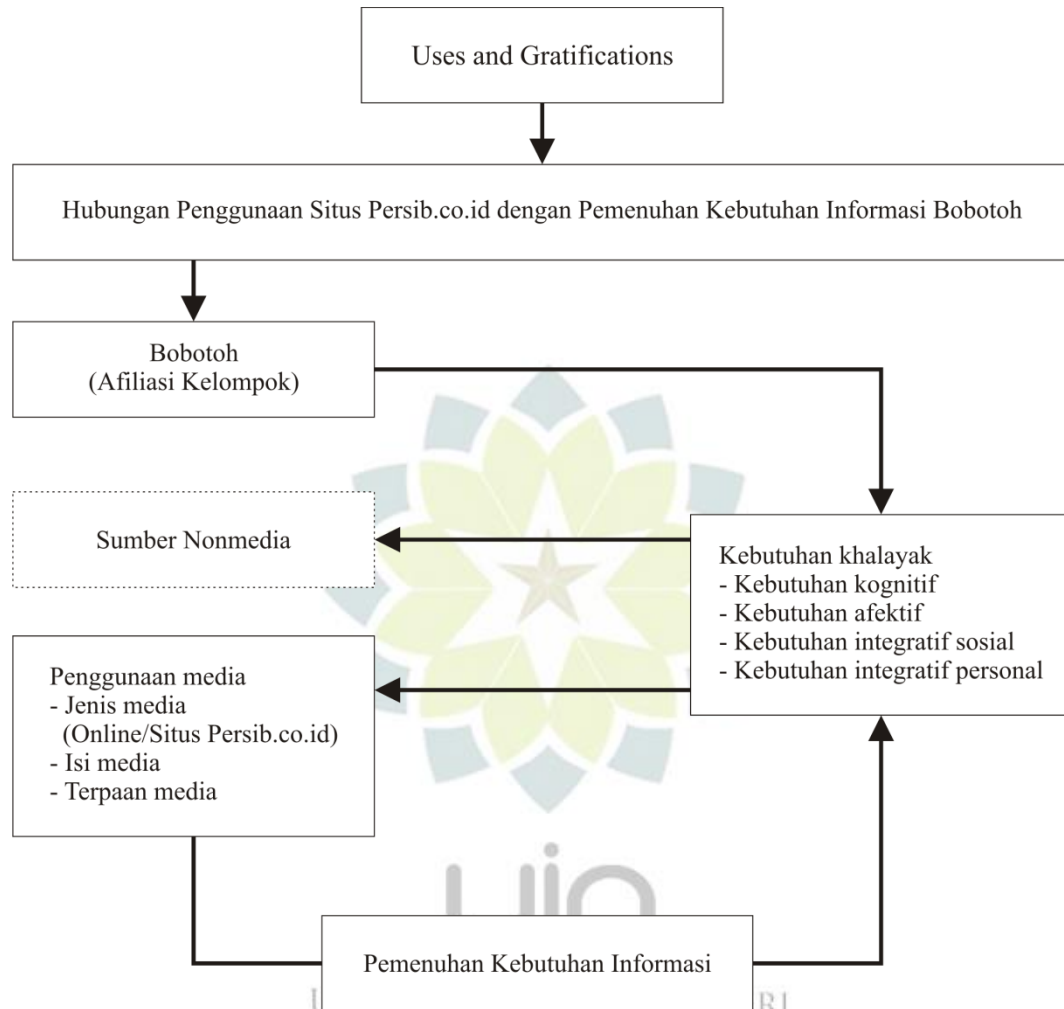
Situs Persib.co.id sebagai salah satu media online yang memberikan informasi mengenai Persib Bandung, selain dipublikasikan untuk khalayak umum tentunya memiliki segmen tersendiri, yakni para pendukung Persib Bandung yang akrab disebut Bobotoh. Sebagian besar Bobotoh selalu mengikuti perkembangan

pemberitaan Persib Bandung melalui berbagai media. Kegiatan penggunaan media massa termasuk ke dalam terpaan media, yang berarti kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media. Terpaan media dapat diukur dari segi frekuensi, durasi penggunaan media, dan ketertarikan khalayak terhadap media yang digunakan. Terpaan media pun dapat mempengaruhi apakah seseorang mendapat kepuasan dan pemenuhan kebutuhan informasi dari media yang digunakan.

Selain Persib.co.id, terdapat media online lainnya yang khusus membahas Persib, diantaranya Simamaung.com, Bobotoh.id, dan Maenbal.co. Banyaknya pilihan sumber informasi membuat khalayak (Bobotoh) bebas memilih media mana yang disukai dan memenuhi kebutuhan informasi mereka. Fenomena ini menunjukkan adanya peran aktif dari khalayak dalam memilih informasi seperti dalam teori *uses and gratifications*.

Dalam penerapannya, Bobotoh dianggap sebagai afiliasi kelompok yang memiliki kebutuhan, diantaranya kebutuhan akan informasi meliputi kebutuhan kognitif, afektif, integratif sosial, dan integratif personal. Keempat jenis kebutuhan akan informasi ini dapat terpenuhi melalui penggunaan atau terpaan media massa, mulai dari durasi, frekuensi, hingga daya tarik media berupa konten maupun tampilan. Media online sebagai media massa baru memberi kemudahan dalam hal penggunaan. Dalam penelitian ini, situs Persib.co.id dipandang mampu mewakili media online yang dapat memenuhi kebutuhan informasi Bobotoh. Dengan menggunakan situs Persib.co.id, kebutuhan Bobotoh akan informasi Persib diharapkan dapat terpuaskan dan terpenuhi.

Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 1.2

1.7. Operasionalisasi Variabel

Tabel 1.2

Variabel	Sub Variabel	Indikator
Variabel X: Penggunaan Situs Persib.co.id	Frekuensi	Frekuensi penggunaan Persib.co.id dalam sehari
		Frekuensi penggunaan Persib.co.id dalam seminggu
	Durasi	Lama penggunaan situs Persib.co.id sekali akses
		Lama penggunaan situs Persib.co.id dalam sehari
	Daya tarik media	Konten yang disajikan
		Tampilan situs
Variabel Y: Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bobotoh	Kebutuhan Kognitif	Memperoleh informasi terbaru mengenai Persib
		Memperoleh pengetahuan mengenai sejarah Persib
		Memperoleh pemahaman mengenai kondisi Persib
	Kebutuhan Afektif	Merasakan kesenangan dalam menggunakan situs Persib.co.id
	Kebutuhan Intergrasi Sosial	Menggunakan pesan media untuk mempererat hubungan sosial
		Menjadikan pesan media sebagai topik pembicaraan
	Kebutuhan Integrasi Personal	Mendapatkan informasi dari narasumber yang kompeten (tokoh atau pakar)
		Mendapatkan informasi dari media yang terpercaya

1.8. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang perlu diuji kebenarannya. Dalam menguji kebenaran serta memudahkan pengujian hipotesis, maka simbol X digunakan untuk mewakili variabel membaca situs Persib.co.id, sedangkan simbol Y digunakan untuk mewakili variabel pemenuhan kebutuhan informasi. Sehingga hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H₀: Terdapat hubungan antara penggunaan situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi Bobotoh.

H₁: Tidak terdapat hubungan antara penggunaan situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi Bobotoh.

1.9. Langkah-langkah Penelitian

1.9.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan terhadap komunitas Bobotoh Taqwa. Pemilihan komunitas Bobotoh Taqwa dikarenakan merupakan salah satu basis pendukung Persib yang memiliki anggota resmi yang representatif sehingga memudahkan dalam penggalan data. Bobotoh Taqwa pun sudah mulai dikenal melalui pemberitaan media massa karena aktif baik dalam mendukung Persib maupun dalam kegiatan sosial. Sedangkan dipilihnya situs Persib.co.id dikarenakan merupakan situs resmi Persib Bandung yang menyajikan berbagai informasi mengenai Persib Bandung secara berkala. Situs Persib.co.id pun sering menjadi rujukan media lain.

1.9.2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Peneliti menggunakan paradigma positivistik karena dianggap sesuai dengan kajian penelitian ini yang bertujuan mencari korelasi X dengan Y. Bentuk paradigma yang digunakan adalah paradigma sederhana yang terdiri atas satu variabel independen dan dependen. Sehingga pendekatan penelitian yang relevan adalah pendekatan kuantitatif yang melibatkan data-data berupa numerik atau angka-angka.

1.9.3. Metode yang Digunakan

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional dengan menggunakan korelasi rank spearman yang dikemukakan Carl Spearman (1904). Korelasi rank spearman dipilih karena dianggap sesuai dengan tujuan penelitian yakni mencari hubungan antara X dengan Y yang memiliki data ordinal. Korelasi di sini adalah hubungan satu arah, apakah ada hubungan penggunaan situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi bobotoh.

1.9.4. Jenis dan Sumber Data

1.9.4.1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data yang berwujud numerik atau angka-angka yang diperoleh melalui kuesioner. Selain itu, hasil penelitian data kuantitatif dapat digeneralisir dan diterapkan pada objek kajian yang sama tentang hubungan penggunaan situs Persib.co.id dengan pemenuhan kebutuhan informasi bobotoh.

1.9.4.2. Sumber Data

1.9.4.2.1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini akan diambil dari angket atau kuesioner yang disebarakan kepada anggota komunitas Bobotoh Taqwa “Botaq” Kota Bandung yang terpilih sebagai sampel penelitian.

1.9.4.2.2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diambil dari studi dokumentasi dari situs Persib.co.id, dan beberapa media online.

1.9.5. Populasi dan Pemilihan Sampel

1.9.5.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012: 80). Populasi dalam penelitian ini adalah komunitas Bobotoh Taqwa “Botaq” yang berdomisili di Bandung berjumlah 50 orang.

1.9.5.2. Sampel

Pengambilan sampel dalam penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan *simple random sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam populasi itu (Sugiyono, 2012: 82). Pengambilan sampel ini pun mengacu pada tabel Krejcie dan Morgan (dalam Sugiyono, 2009: 12) sebagai berikut:

Tabel 1.3

Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382
210	136	1100	285	100000	384

Tabel di atas menggunakan taraf kepercayaan 95%, dengan demikian anggota populasi yang berjumlah 50 orang akan diambil 44 orang sebagai sampel penelitian yang menggambarkan seluruh anggota populasi.

1.9.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri atas:

1) Angket

Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono, 2012: 142). Untuk memperoleh data dari responden, maka diperlukan skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap yang menjadi dasar kepribadian suatu populasi dengan menggunakan skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengurutkan data dari tingkat yang paling rendah ke tingkat yang paling tinggi atau pun sebaliknya. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala ordinal mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif.

2) Studi dokumentasi

Studi dokumentasi di sini merupakan kumpulan data yang dapat dijadikan bahan dasar dalam penelitian ini. Studi dokumentasi yaitu mencari data mengenai hal-hal yang atau variabel berupa catatan, transkrip, buku, surat kabar, majalah, agenda, dan sebagainya (Suharsimi, 1998: 236). Studi dokumentasi dalam penelitian ini adalah mempelajari dokumen yang diperlukan dalam penelitian, juga untuk memperoleh pengetahuan mengenai masalah yang sedang diteliti.

1.9.7. Validitas dan Reliabilitas Data

1.9.7.1. Validitas Data

Uji Validitas menyangkut masalah ketepatan alat ukur. Ketepatan ini dapat dinilai dengan analisa statistik untuk mengetahui kesalahan ukur. Dalam uji validitas ini dilakukan dengan metode Pearson, sebagai berikut:

$$r = \frac{n\Sigma XY - \Sigma x \Sigma y}{\sqrt{(n\Sigma X^2 - (\Sigma X)^2)} \sqrt{n\Sigma Y^2 - (\Sigma Y)^2}}$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya sampel

X = Skor masing-masing item

Y = Skor total variabel

(Irianto, 2004: 137)

Dasar pengambilan keputusan dalam uji validitas adalah:

- Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan valid).
- Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka item pertanyaan atau pernyataan dalam angket tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (artinya item angket dinyatakan tidak valid).

1.9.7.2. Reliabilitas Data

Reliabilitas berguna untuk melihat taraf kepercayaan masing-masing soal. Reliabilitas suatu alat evaluasi dimaksudkan supaya memberikan hasil yang tetap sama atau konsisten. Sebab suatu tes disebut reliabel jika hasil tes tersebut relatif tetap jika digunakan untuk subyek yang sama. Untuk mencari reliabilitas digunakan rumus *Cronbach alpha* (Sugiyono, 2010: 365) sebagai berikut:

$$r_{i=} = \frac{k}{(k-1)} \left(1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right)$$

Keterangan:

k = mean kuadrat antar subjek

$\sum s_i^2$ = mean kuadrat kesalahan

s_t^2 = varians total

Interpretasi derajat reliabilitas dapat dilihat berdasarkan kriteria Guilford (Rakhmat, 1999: 29) berikut ini:

Tabel 1.4

Nilai r_s	Kategori
$\geq 0,20$	Hubungan rendah sekali
$> 0,20 - 0,40$	Hubungan rendah tapi pasti
$> 0,40 - 0,70$	Hubungan yang cukup berarti
$> 0,70 - 0,90$	Hubungan yang kuat
$> 0,90$	Hubungan yang sangat tinggi

1.9.8. Teknik Analisis Data

Setiap item yang dalam kuesioner penelitian akan dijelaskan terlebih dahulu menggunakan rumus persentase seperti berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase jawaban

F = Frekuensi jawaban

N = Jumlah total responden

Kemudian data akan dianalisis menggunakan metode korelasi Rank Spearman. Uji korelasi Rank Spearman digunakan untuk mencari hubungan atau untuk menguji signifikansi hipotesis asosiatif bila masing-masing variabel yang dihubungkan berbentuk ordinal, dan sumber data antar variabel tidak harus sama dan tidak harus berdistribusi norma. Untuk menganalisisnya menggunakan rumus berikut:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum b_i^2}{n(n^2 - 1)}$$

ρ = Korelasi Spearman (rho)

b_i = selisih antara X dan Y

n = jumlah sampel

(Sugiyono, 2009: 106-107)