



MOTIF DAN KEPUASAN MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE ANGKATAN 2011-2014 DALAM MENONTON STASIUN TELEVISI NET PADA APLIKASI MOBILE

Violenda
Wiratri Anindhita

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE
Jl. Yos Sudarso Kav. 87 Sunter - Jakarta 14350

Kegiatan menonton televisi menjadikan manusia dapat memahami dan mengerti informasi yang disampaikan. Manusia dapat menilai informasi sebagai pesan mendidik, menghibur, serta mempengaruhi para pemirsanya melalui berbagai cara penyampaiannya. Bahkan dengan munculnya televisi di Indonesia sangat besar dampaknya dalam kehidupan manusia terutama pada bidang politik, ekonomi, sosial, budaya, dan pertahanan keamanan negara. Salah satu contohnya ialah stasiun televisi NET TV yang muncul sebagai televisi informasi dan hiburan dengan konsep yang berbeda. Hal inilah yang membuat peneliti tertarik untuk mengangkat permasalahan ini dalam sebuah penelitian berjudul “Motif dan Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam Menonton Stasiun Televisi NET pada Aplikasi *Mobile*”. Penelitian ini menggunakan *Uses and Gratification* dan *Expectancy Value*. Teori-teori tersebut akan digunakan untuk mengetahui kepuasan penonton dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Kepuasan yang dicari dan diperoleh akan menunjukkan perbedaan rata-rata. Kepuasan akan tercapai jika motif terpenuhi. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif survei eksplanatif. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner diberikan kepada 130 orang penonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Peneliti menjelaskan motif dan tingkat kepuasan mahasiswa/i ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebagai variabel yang diteliti. Motif (variabel bebas) dan kepuasan (variabel terikat) penonton memiliki empat dimensi, yaitu: Informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, serta hiburan. Teknik analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis presentase, rata-rata (*mean*), dan uji t. Hasil penelitian menggunakan Wilcoxon untuk mencari kesenjangan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained* dimana dalam pengujian motif informasi, identitas pribadi, dan integrasi dan interaksi sosial tidak terjadi kesenjangan, sedangkan pada pengujian motif hiburan terdapat kesenjangan antara *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dari 130 orang Mahasiswa Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang menonton puas terhadap motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial, dan motif hiburan setelah menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*.

TV watching activity made human understand the information that be delivered. Human can evaluate information as messages that educate, entertain, and influence the audience through various ways of delivery. Even with TV in Indonesia, comes very huge impact to the human lives, especially politics, economy, social, culture, and national defense and security. Like conducted by NET TV that dared to be different with another television station where come on as information and entertainment television. This makes researcher interested to raise this issue in a study that title “Motives and Satisfaction of



Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Communication Students in Watching NET Television Channel on Mobile Application". Researcher applies Uses and Gratification theory as well as expectancy value theory. Those theories will be used to find out the satisfaction gap in watching NET Television on mobile application. The mean gap between gratification sought and gratification obtained will show the difference in the level of satisfaction. Satisfaction will be achieved if the motive is fulfilled. Research Methods used in this research is the explanative survey quantitative research methods. Survey is a research methods by using quetionnare as data gathering instrument, that writer gives quetionnaires to 130 people that watch NET television on mobile application. The writer explain motives and satisfaction level of Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie students as variable to be research. Each of the people's motives (independent variable) and satisfaction (dependent variable) has four dimensions which are : information, personal identity, integration and social interaction, and entertainment. To analyze the data, the writer uses validity test, reliability test, percentage analysis, descriptive analysis (mean) and t-test. Research result use Wilcoxon to obtain discrepancy between Gratification Sought and Gratification Obtained where information motive test, private identity and integration and social interaction, discrepancy doesn't occured, mean while in entertainment motive test, discrepancy does occured. Summary within this research is out of the 130 students of Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie satisfy to information motive, private identity motive, integration and social interaction motive, and entertainment motive after watching NET TV channel on mobile applications.

PENDAHULUAN

Kegiatan menonton televisi menjadikan manusia dapat memahami dan mengerti informasi yang disampaikan. Manusia dapat menilai informasi sebagai pesan mendidik, menghibur, serta mempengaruhi para pemirsanya melalui berbagai cara penyampaiannya. Saat ini, siaran televisi di Indonesia sudah mengalami banyak perkembangan. Banyaknya stasiun televisi yang ada tentu saja mengakibatkan persaingan yang ketat di antara mereka untuk menyajikan tayangan yang menarik bagi khalayak, (Mulyana, 2008:68).

Televisi memiliki kekuatan luar biasa dalam mempengaruhi perilaku masyarakat. Hal tersebut mungkin dikarenakan televisi memiliki kemampuan yang sangat menakjubkan untuk menembus batas-batas yang sulit ditembus oleh media massa lainnya. Televisi mampu menjangkau daerah-daerah yang jauh secara geografis, ia juga hadir di ruang-ruang publik hingga ruang yang sangat pribadi. Televisi merupakan gabungan dari media dengar dan gambar hidup yang bersifat informatif, hiburan, edukatif, dan bahkan gabungan dari ketiga unsur tersebut. Oleh karena itu, ia memiliki sifat yang sangat istimewa.

Maraknya stasiun televisi di Indonesia dapat membawa banyak dampak dalam kehidupan masyarakat, baik positif maupun negatif. Kehadiran stasiun televisi itu pun sering menimbulkan pro dan kontra dalam masyarakat. Pada satu sisi, masyarakat dipuaskan oleh kehadiran stasiun televisi tersebut yang menayangkan hiburan dan memberikan informasi. Namun di sisi lain, program-program yang kurang dapat diterima oleh masyarakat ataupun individu-individu tertentu tidak jarang menuai kecaman. Dan tidak dapat dipungkiri, televisi telah menjadi sebuah keniscayaan dalam masyarakat dewasa ini.

Melalui televisi dapat diinformasikan berbagai hal yang berkaitan dengan kehidupan manusia. Bahkan dengan munculnya televisi di Indonesia sangat besar dampaknya dalam kehidupan manusia terutama pada bidang politik, ekonomi, sosial, budaya dan pertahanan keamanan negara. Keberadaan tayangan televisi juga disinyalir

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dapat menimbulkan budaya *konsumerisme*, sebagai akibat munculnya iklan-iklan di televisi yang dapat merangsang masyarakat untuk mengkonsumsi barang-barang yang diiklankan itu, (Kriyantono 2010:83).

Saat ini terdapat berbagai macam jenis media yang dapat digunakan untuk berkomunikasi seperti televisi, radio, dan internet. Jenis-jenis media yang beragam memungkinkan kita untuk memilih media apa yang akan kita gunakan untuk memperoleh informasi atau tujuan lain. Media massa yang saat ini banyak digunakan adalah media elektronik, terutama televisi dan internet.

Seiring dengan berjalannya waktu muncul media internet sebagai media modern atau *New Media* sesudah televisi. Kehadiran internet membawa pengaruh terhadap penonton televisi dimana berkurangnya penonton dalam melihat tayangan-tayangan televisi akan tetapi ada beberapa tayangan-tayangan yang masih diminati oleh penonton seperti *infotainment* maupun acara sepakbola, (Mulyana, 2008:83).

Media massa memiliki peran penting dalam memberikan pengaruh terhadap khalayak. Media massa yang baik merupakan media massa yang memiliki pengaruh positif bagi khalayaknya. Televisi merupakan media komunikasi satu arah dimana media tersebut dapat memberikan informasi maupun hiburan tanpa adanya respon dari khalayak yang menontonnya. Namun karena perkembangan teknologi dan juga persaingan antara stasiun televisi yang ada di Indonesia, para penonton lebih memiliki banyak pilihan dan menjadi lebih selektif dalam menonton.

Perkembangan program acara pertelevisian Indonesia pun semakin lama semakin baik mulai dari visual, audio, serta peralatan yang digunakan dalam berbagai program acara di stasiun televisi. Perkembangan dari program acara televisi tidak lepas dari perkembangan jaman dan selera pasar. Sebagai contoh stasiun TVRI yang sangat khas dengan beritanya, kini berubah menjadi stasiun televisi yang berisi siaran hiburan seperti *talkshow*, drama, *reality show*, dan lainnya.

Setiap stasiun televisi harus memiliki ciri khas yang selalu melekat di ingatan penonongnya. Tayangan program yang disajikan harus kreatif dan inovatif. Hal ini dimaksudkan agar dapat menarik perhatian masyarakat dan dapat membantu masyarakat dalam menghilangkan ketegangan dan kejenuhan akibat rutinitasnya. Program acara yang baru dan *fresh* akan membuat penonton menjadi tertarik dalam menonton salah satu stasiun televisi tersebut.

Sebagai contoh stasiun televisi yang baru muncul beberapa tahun ini ialah NET TV yang merupakan singkatan dari *News and Entertainment Television*. NET TV ini merupakan salah satu stasiun televisi terestrial yang cukup diminati oleh khalayak terutama para remaja. NET TV menjadi televisi yang tidak hanya dapat dikonsumsi di televisi melainkan dapat kita konsumsi dari jejaring sosial *Youtube* bahkan *gadget* kita masing-masing.

NET TV bukan merupakan Stasiun Televisi pertama yang menggunakan *Televi Streaming* sebagai salah satu aplikasi dalam mengkonsumsi program-programnya. Sebelumnya telah banyak stasiun televisi nasional di Indonesia yang menggunakan internet sebagai media bagi khalayak untuk mengkonsumsi program tayangan-tayangan mereka tanpa harus mengkonsumsi lewat media televisi. Sebagai contoh ialah TVRI, INDOSIAR, NET TV, INDOSIAR, MNC TV, dan lainnya, (Andianto, 2014).

Aplikasi *Mobile* dari stasiun televisi NET bisa dengan mudah didapatkan pada *gadget* kita masing-masing. Yang perlu dilakukan oleh pengguna ialah hanya dengan *download* aplikasi bertuliskan NET yang bisa kita dapatkan di *playstore* atau *appstore* *smartphone* kita masing-masing. Sebagai masyarakat yang mengikuti perkembangan jaman aplikasi yang disediakan oleh NET ini dapat mempermudah para sahabat dan penonton

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



setia NET untuk dapat tetap menyaksikan acara serta program-program dari NET tanpa harus duduk di depan layar televisi. Dengan adanya aplikasi ini penonton setia NET TV dapat tetap menyaksikan perkembangan serta program acara NET melalui *gadget* yang dimiliki.

Selain menguntungkan tentu aplikasi yang disediakan NET ini memiliki kelemahan. Kelemahan yang dimaksud ialah aplikasi dari NET pada *mobile phone* hanya dapat disaksikan hanya dengan adanya sambungan internet. Sehingga jika pengguna sedan tidak dalam sambungan internet aplikasi ini tidak dapat ditonton. Selain itu koneksi internet yang dibutuhkan dalam membuka aplikasi ini juga harus memiliki kecepatan yang stabil agar tidak terjadi *buffering*.

Kaum remaja merupakan generasi yang bisa dibilang cukup dekat dengan media sosial. Hampir semua remaja khususnya di Jakarta sangat mengikuti perubahan jaman. Salah satu perubahan jaman yang terlihat di kalangan remaja ialah pada teknologi *smartphone*. Hampir semua remaja di Indonesia khususnya Jakarta memiliki *smartphone* yang bisa digunakan untuk berkomunikasi di jejaring sosial bahkan dapat mengakses informasi dan berita baik dalam maupun luar negeri. Perkembangan teknologi yang ada membuat kemudahan bagi masyarakat khususnya remaja dalam mengakses segala informasi.

Berdasarkan teori *Uses and Gratification*, dalam penelitian ini diasumsikan, khalayak merupakan khalayak aktif yang dapat memilih tayangan yang sesuai dengan motif-motif atau harapan yang dimilikinya. Melalui penelitian ini, peneliti mencoba mengetahui motif dan kepuasan khalayak khususnya mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut apakah terdapat motif dan kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi Net pada aplikasi *mobile*

Identifikasi Masalah

Apakah terdapat motif mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*?

Apakah terdapat kepuasan mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah dipaparkan di atas, penelitian ini bertujuan untuk

Untuk mengetahui motif mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Dan Untuk mengetahui motif mahasiswa Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan masukan berupa kasus-kasus mengenai motif, kepuasan, dan tingkat kepuasan penonton terhadap media massa, penyiaran televisi, program televisi, produksi televisi, dan *Media programming*. Hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi kepustakaan dalam bidang kajian penyiaran dan selain itu diharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan, antara lain stasiun televisi dan dunia internasional. Memberikan manfaat bagi peneliti



sendiri guna menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan yaitu ilmu komunikasi *broadcasting* dan penggunaan teori dalam pembahasan masalah serta untuk menambah wawasan pengetahuan dalam komunikasi bidang penyiaran khususnya pengbetahuan tentang proses keefektifan konsep baru yang muncul pada masyarakat serta dampak yang ditimbulkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai motif dan kepuasan dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*.

KAJIAN PUSTAKA

Landasan Teori

Komunikasi Massa dan Stasiun Televisi

Komunikasi massa merupakan studi ilmiah tentang media massa beserta pesan yang dihasilkan, pembaca/pendengar/penonton yang akan coba diraihnya, dan efeknya terhadap mereka. Komunikasi massa merupakan disiplin kajian ilmu sosial yang relatif muda jika dibandingkan ilmu psikologi, sosiologi, ilmu politik, dan ekonomi.

Dalam perkembangan jaman studi mengenai komunikasi massa merupakan sebuah proses pengiriman pesan oleh media kepada khalayak atau audien dalam jumlah besar. Berbiacara mengenai komunikasi massa juga merupakan proses transmisi pesan yang dilakukan dengan menggunakan media massa baik cetak maupun elektronik, (Mulyana 2007:23).

Media massa merupakan alat bantu atau wadah yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau pesan. Informasi atau pesan disampaikan secara massal dari institusi media kepada masyarakat luas. Proses komunikasi massa terjadi pada media salah satu media elektronik televisi yang ada pada saat ini, dimana media televisi memberikan informasi yang dibutuhkan oleh khalayak dalam jumlah besar. Namun umpan dari pesan media massa tidak seperti tidak seperti komunikasi langsung. Umpan balik dalam komunikasi massa bersifat tertunda atau tidak langsung. Denis McQuail menjelaskan proses komunikasi massa yang sekaligus menjelaskan ciri komunikasi massa yang memiliki ciri utama yang paling jelas dalam media massa adalah bahwa institusi ini dirancang untuk dapat menjangkau masyarakat luas. Potensi audien dipandang sebagai kumpulan orang dalam jumlah besar yang memiliki sifat tidak saling mengenal satu sama lain. Begitu pula hubungan antara pengirim pesan (*sender*) dan penerima pesan (*receive*), adalah tidak saling mengenal, (Morissan 2013:9).Perkembangan komunikasi massa saat ini semakin marak dan luas penyebarannya. Komunikasi massa adalah suatu proses melalui mana komunikator-komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan-pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna-makna serta diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan beragam dengan melalui berbagai cara, (McQuail 2007:6).Komunikasi massa seperti media televisi memiliki jangkauan yang luas dalam menjangkau khalayak atau audien. Dimana masing-masing khalayak atau audien memiliki sifat yang tidak saling mengenal satu sama lain. Hubungan antara media televisi dengan khalayak atau audien juga tidak saling mengenal. Maraknya perkembangan dunia hiburan tidak lepas dari dukungan media elektronik dan teknologi. Berbagai jenis TV, radio, laptop yang semakin canggih membuat para pemirsa merasa semakin puas saat menyaksikan acara-acara tersebut. Sedangkan adanya internet dan TV kabel pun membuat jarak menjadi tidak terlalu berpengaruh besar. Internet dan TV kabel tersebut juga membuat para pemirsa dapat menyaksikan tayangan-tayangan hiburan dari luar negeri walaupun tayangan tersebut tidak disiarkan di stasiun televisi Indonesia. Dalam perkembangannya, Harold Laswell menyatakan media komunikasi modern dewasa ini telah memungkinkan orang diseluruh dunia untuk dapat saling berkomunikasi hal ini

Hak Cipta Dilindungi
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.
Hak Cipta Dilindungi
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber.



dimungkinkan karena adanya berbagai media (*channel*) yang dapat digunakan sebagai sarana penyampaian pesan. Televisi siaran merupakan media komunikasi massa karena memenuhi unsur-unsur yang terdiri dari sumber (*source*), pesan (*message*), saluran (*channel*), penerima (*receiver*) serta efek (*effect*), (Morissan 2013 :18). Menurut ensiklopedia Indonesia lebih luas lagi dinyatakan bahwa: “Televisi adalah sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Gambar tersebut ditangkap dengan kamera televisi, diubah menjadi sinyal listrik, dan dikirim langsung lewat kabel listrik kepada pesawat penerima”, (Parwadi 2004: 28). Berdasarkan pendapat di atas menjelaskan bahwa televisi adalah sistem elektronis yang menyampaikan suatu isi pesan dalam bentuk audiovisual gerak dan merupakan sistem pengambilan gambar, penyampaian, dan penyuguhan kembali gambar melalui tenaga listrik. Dengan demikian, televisi sangat berperan dalam mempengaruhi mental, pola pikir khalayak umum. Televisi karena sifatnya yang audiovisual merupakan media yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan nilai-nilai yang konsumtif dan permisif. Keberadaan televisi swasta memberikan program-program acara yang lebih bervariasi, dan program-program hiburan untuk para pemirsapun dibuat lebih ekspresif. Kehadiran TV dengan aneka program yang ditawarkan, banyak memberi pengaruh positif dalam masyarakat, terutama dengan kemampuannya untuk menyebarluaskan informasi dengan cepat dan menjangkau wilayah yang sangat luas pada waktu singkat, namun, tak lepas juga dari dampak negatif yang pada kenyataannya cukup meresahkan masyarakat.

Persaingan antar stasiun televisi di Indonesia sendiri semakin ketat. Semua stasiun televisi berlomba-lomba untuk membuat program unggulan yang diminati oleh masyarakat. Tujuannya, agar para pemasang iklan juga mengiklankan produk mereka di stasiun televisi tersebut. Faktor stasiun televisi itu sendiri juga sangat berpengaruh. Salah satu caranya ialah para stasiun televisi berlomba-lomba membuat televisi *streaming* atau televisi *online* Indonesia. Beberapa stasiun televisi di Indonesia sudah banyak yang merubah konsep menonton televisi yang tadinya hanya bisa kita nikmati di rumah kini bisa kita konsumsi melalui gadget pribadi kita masing-masing. Salah satu keunggulan dari televisi online ialah televisi online dapat diakses selama 24 jam non stop. Hal ini dapat terjadi jika pemilik TV atau operator TV memberikan pelayanan penuh yakni online selama 24 jam. Televisi adalah media pandang sekaligus media pendengar (*audio-visual*), yang dimana orang tidak hanya memandangi gambar yang ditayangkan televisi, tetapi sekaligus mendengar atau mencerna narasi dari gambar tersebut. Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa TV *Online* merupakan salah satu media massa elektronik yang dapat menyiarkan siarannya dalam bentuk gambar atau video serta suara yang berfungsi memberikan informasi dan hiburan kepada khalayak luas, (Badjuri 2010:19). Televisi memang merupakan salah satu media efektif dalam mempengaruhi khalayak atau audien karena sifat dari televisi yang dapat memberikan gambar serta suara yang dapat secara langsung ditangkap oleh pendengaran dan penglihatan khalayak atau audien. Hal ini membuat para pemilik stasiun televisi ingin menjadikan stasiun televisinya sebagai stasiun televisi terbaik dan diminati oleh khalayak atau audien. Perkembangan media memunculkan istilah “media baru” yang digunakan untuk mendeskripsikan semua bentuk media yang terkoneksi dengan internet. Keberadaan media baru ini didasarkan pada kemampuannya untuk melanjutkan bentuk media tradisional, baik dari segi fungsi maupun kapasitas. Konvergensi media adalah sebuah fitur dalam media baru memiliki kemampuan untuk menggabungkan bentuk dan fungsi komputasi elektronik, komunikasi elektronik, media dan informasi. Konvergensi menurut Roger Silverstone (1995), dimana konvergensi telah digunakan untuk menggambarkan konvergensi teknologi komputer. Secara sederhana konvergensi media dapat didefinisikan sebagai penggabungan atau pengintegrasian

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



media-media yang ada untuk digunakan dan diarahkan kedalam satu titik tujuan, (Alatas, 2015). Salah satu contoh bentuk konvergensi media dalam teknologi pertelevisian ialah stasiun NET TV. NET TV menciptakan sebuah aplikasi yang memudahkan para khalayak untuk mengkonsumsi acara serta program tayangan NET TV melalui aplikasi *mobile*. Khalayak cukup mengunduh aplikasi NET TV pada *playstore* maupun *appstore gadget* pribadi dan dengan mudah menonton seluruh acara yang ada pada stasiun NET TV. Program aplikasi *mobile* NET TV dimuali dari *Home* yang memuat program-program seperti berita, reality show seperti 86, Tetangga Masa Gitu?, Bukan Sekedar Wayang, Lintas Amaji, dan iClub 48. Kemudian terdapat pilihan *LIVE TV* atau program dari NET TV yang sedang live ada di stasiun televisi. Selain itu terdapat pilihan Video untuk melihat video-video mengenai dokumenter, entertainment, informasi, majalah, musik dan lainnya. Hal yang menarik ialah program *Live TV* pada NET TV yang bisa disaksikan oleh khalayak lewat *gadget* pribadi mereka masing-masing.

METODE PENELITIAN

Objek Penelitian

Dalam penelitian ini, unit yang menjadi populasi adalah Mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang beralamat di Jl. Yos Sudarso Kav. 87 Sunter - Jakarta Utara 14350. Mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi berjumlah yang kurang lebih 234 orang dari angkatan 2011 hingga angkatan 2014. Pemilihan obyek mahasiswa/i Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie berdasarkan dasar-dasar ilmiah, yaitu antara lain dikarenakan mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi merupakan mahasiswa/i yang dekat dengan perkembangan media. Selain itu stasiun televisi NET juga merupakan stasiun televisi yang menghasilkan program-program yang dapat memberikan informasi serta hiburan sesuai dengan jurusan ilmu komunikasi. Selain itu aplikasi *mobile* juga merupakan salah satu bentuk perkembangan dari media yang dapat dengan mudah diakses oleh remaja saat ini dengan *gadget* yang mereka miliki.

Desain Penelitian

Desain penelitian dari penelitian ini merupakan rancangan penelitian deskriptif dimana suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk menjelaskan fenomena atau karakteristik individu atau seperangkat peristiwa atau kondisi populasi saat ini, (Kriyantono 2012:69). Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif survei *explanatif*. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam penelitian ini, peneliti menjelaskan motif dan kepuasan mahasiswa-mahasiswi ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sebagai variabel yang diteliti.

Variabel Penelitian

Variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau kosntruk. Variabel berfungsi sebagai penghubung dunia teoritis dengan media empiris. Variabel dalam penelitian ini dibagi menjadi dua, yaitu variabel bebas (*independen*) dan variabel terikat (*dependen*). Variabel *independen* adalah variabel yang menjadi sebab terjadinya variabel *dependen*. Variabel *dependen* adalah variabel yang nilainya dipengaruhi oleh variabel *independen*. (Kriyantono, 2010:20)

Dalam penelitian ini motif mahasiswa ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile* merupakan variabel bebas



(X1) dan kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton aplikasi *mobile* NET TV juga merupakan variabel bebas (X2). Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui motif dan kepuasan mahasiswa ilmu komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*.

Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner atau angket. Menurut Sugiyono (2008:199) angket atau kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam kuesioner terdapat daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden. Kuesioner sebagai data primer dalam penelitian ini.

Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. Keseluruhan objek atau fenomena yang akan diriset disebut populasi. Populasi sebagai wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh periset untuk dipelajari, kemudian ditarik suatu kesimpulan.

Populasi (kumpulan objek riset) bisa berupa orang, organisasi, kata-kata dan kalimat, simbol-simbol nonverbal, surat kabar, radio, televisi, iklan, dan lainnya, (Kriyantono, 2010:153).

Dalam teknik sampling random sederhana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Periset menulis atau memberi nomor pada seluruh anggota populasi, lalu mengundinya (merandom/mengacak) sampai mendapatkan jumlah sampel yang dibutuhkan, (Kriyantono, 2010: 154).

Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *probability sampling* dengan teknik sampel acak sederhana adalah teknik pengambilan sampel yang memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pemilihan sampel pada penelitian ini ialah mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang menggunakan aplikasi *mobile* stasiun televisi NET pada *gadget* pribadinya dan sudah menonton stasiun televisi tersebut minimal selama 4 bulan.

Menurut Hair dan All, jumlah sampel minimal 5 kali jumlah item pertanyaan. Dalam penelitian ini terdapat 26 item pertanyaan sehingga bila 5 kali 26 item pertanyaan maka akan diperoleh angka 130. Jadi sampel yang diambil minimal 130 responden. Sampel yang diteliti dalam penelitian ini adalah 130 orang mahasiswa komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2011 hingga 2014 yang berjumlah 234 mahasiswa.

Teknik Analisis Data

Data yang dikumpulkan merupakan pra kuesioner dari 30 responden yang menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Peneliti menganalisis data pra kuesioner ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur tingkat validitas dan reliabilitas setiap indikator yang akan digunakan sebagai pertanyaan dalam kuesioner dengan melibatkan 130 orang responden yang diteliti. Metode penelitian yang digunakan ialah sebagai berikut :

Uji Validitas

Menurut Umar (2008:54), uji validitas berguna untuk mengetahui apakah ada pertanyaan-pertanyaan / pernyataan-pernyataan pada kuesioner yang harus dihilangkan atau diganti karena dianggap tidak relevan. Pengujiannya dilakukan secara statistik, yang dapat dilakukan secara manual atau dukungan komputer melalui program SPSS. Hasil penelitian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dikatakan *valid* apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Pengujian validitas konstruksi dalam penelitian ini dilakukan dengan uji *Pearson Product Moment*. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi terhadap koefisien korelasi atau *r* hitung dikatakan bahwa suatu *item* adalah *valid* untuk responden 30 dan taraf signifikan 5%, jika memenuhi syarat minimum r tabel = 0,361 (Sugiyono, 2004:140). Bila korelasi antara butir dengan skor kurang dari 0,361 maka butir dalam instrumen tersebut dinyatakan tidak *valid*. Butir yang dinyatakan tidak *valid* tersebut akan diganti atau dibuang.

Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah derajat ketepatan, ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan teknik *cronbach alpha*.

Analisis Persentase

Analisis persentase digunakan untuk mempresentasikan jawaban dari hasil kuesioner. Analisis persentase dicari dengan cara membagi jumlah responden pada masing-masing kategori profil responden dengan total seluruh responde.

Skala Likert

Menurut Kriyantono (2010:138), skala likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pernyataan yang harus diisi responden. Jawaban setiap instrumen mempunyai jarak dari sangat setuju sampai tidak setuju. Masing-masing jawaban diberi nilai mulai yang terkecil (angka 1) sampai yang terbesar (angka 5).

Rentang Kriteria Penelitian

Alat analisis ini digunakan untuk menentukan kriteria tiap variabel secara akurat yang bernilai sangat setuju, setuju, netral, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Sebelum menyusun kategori berskala lima, maka pertama kali harus dicari rentang skala dengan memberikan nilai skala.

Uji Normalitas

Uji normalitas data bertujuan untuk mengetahui apakah data yang digunakan dalam model penelitian memiliki distribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal, yaitu distribusi yang tidak condong ke kiri atau ke kanan. Pengujian normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji *one sample Kolmogorov-Smirnov* melalui program *SPSS*. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig.* nya lebih besar dari 0,05 atau sebaliknya jika nilai *Asymp. Sig.* nya lebih kecil dari 0,05 data dikatakan tidak berdistribusi normal. Jika sudah berdistribusi normal, maka selanjutnya dilakukan pengujian analisis perbandingan dengan uji *t*.

Wilcoxon Signed Rank Test

Wilcoxon test ini digunakan untuk menguji hipotesis komparatif dua sampel dependen bila data tidak berdistribusi normal.



HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam melakukan penelitian, penulis menyebarkan pra-kuesioner pada 30 penonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Pra-kuesioner dilakukan untuk uji validitas dan reliabilitas. Setelah itu penulis menyebarkan kuesioner pada 150 penonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Dengan total 150 data kuesioner yang sudah dikumpulkan penulis semua data-data digunakan untuk diolah dan dianalisis sehingga menjadi data konkret untuk melengkapi penulisan ini.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian SPSS pada 30 orang responden terhadap 26 pertanyaan yang diuji, ternyata ada 26 pertanyaan yang dinyatakan valid. Dari hasil output dapat dilihat bahwa item memiliki signifikansi $> 0,05$ maka data dikatakan valid. Didapat nilai r tabel adalah 0,361. Dari hasil output dilihat bahwa item memiliki nilai $> 0,361$ sehingga data dapat dikatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas yang dilakukan pada 30 orang responden (pengujian melalui program SPSS) Didapat hasil bahwa nilai reliabilitas tiap variabel pertanyaan yaitu variabel 1 (0,825), variabel 2 (0,805), variabel 3 (0,882), dan variabel 4 (0,752).

Analisis Demografis

a. Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel 4.1, jumlah responden yang berjenis kelamin wanita lebih banyak persentasenya dibanding dengan responden yang berjenis kelamin pria. Hal ini ditunjukkan dari persentasinya yaitu 62% untuk wanita dan 38% untuk pria.

b. Tingkat Usia

Distribusi tingkat usia responden dapat dilihat pada tabel 4.2, dimana diketahui jumlah responden yang berusia 20-21 tahun jumlah yang terbanyak yaitu sebesar 54% dan jumlah responden terkecil dari tingkat usia ≥ 24 tahun yaitu sebesar 6%.

c. Angkatan

Angkatan responden dapat dilihat pada tabel 4.3. Dari tabel diketahui jumlah responden dari setiap angkatan berjumlah berbeda, yaitu angkatan 2011 sebesar 20 orang responden yakni 15%, angkatan 2012 sebesar 40 orang responden yakni 31%, angkatan 2013 sebesar 40 orang yakni sebesar 31% dan angkatan 2014 sebesar 30 orang responden yakni 23%.

Hasil Penelitian

a. Hasil Profil Responden

Penyebaran sebanyak 130 kuesioner kepada 130 orang responden diketahui, bahwa mayoritas jenis kelamin responden yang diteliti adalah perempuan sebanyak 62% dengan tingkat usia antara 20-22 tahun dengan disebarkan pada setiap angkatan mulai dari angkatan 2011 sampai 2014 pada jurusan Ilmu Komunikasi.

b. Hasil Analisis Keinginan (Gratification Sought)

- Pada Motif informasi perolehan nilai rata-rata yang didapat ialah sebesar 4,23
- Pada Motif Identitas Pribadi perolehan nilai rata-rata yang didapat ialah sebesar 4,27



- c. Pada Motif Integrasi dan Interaksi Sosial perolehan nilai rata-rata yang didapat ialah sebesar 4,3
- d. Pada Motif Hiburan perolehan nilai rata-rata yang didapat ialah sebesar 4,24

c. Hasil Analisis yang diperoleh (Gratification Obtained)

- a. Pada Kepuasan Informasi perolehan nilai rata-rata yang didapat ialah sebesar 4,26
- b. Pada Kepuasan Identitas Pribadi perolehan nilai rata-rata yang didapat sebesar 4,34
- c. Pada Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial perolehan nilai rata-rata yang didapat ialah sebesar 4,28
- d. Pada Kepuasan Hiburan perolehan nilai rata-rata ialah sebesar 4,32

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Hasil Penelitian maka disimpulkan bahwa :

1. Mahasiswa Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie memiliki motif dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*. Hal tersebut dilihat dari hasil pengujian motif yang terdiri dari motif informasi sebesar 4,23, motif identitas pribadi sebesar 4,27, motif integrasi dan interaksi sosial sebesar 4,3, dan motif hiburan sebesar 4,24.
2. Mahasiswa Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie memiliki kepuasan setelah menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile* yakni kepuasan informasi sebesar 4,26, kepuasan identitas pribadi sebesar 4,34, kepuasan integrasi dan interaksi sosial sebesar 4,28, dan kepuasan hiburan sebesar 4,32.

Saran dari penulis ialah:

- a. Peneliti menyarankan kepada mahasiswa/i selanjutnya yang hendaknya menggunakan penelitian saya ini mengenai motif dan kepuasan mahasiswa komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie dalam menonton stasiun televisi NET pada aplikasi *mobile*, mahasiswa yang akan meneliti lebih lanjut skripsi ini dapat memperluas judul misalnya mengenai konvergensi media yang terjadi pada stasiun televisi di Indonesia yang kini acara yang disajikan dapat dinikmati bukan hanya pada saluran televisi melainkan pada *gadget* pribadi.
- b. Untuk informasi yang disediakan stasiun TV NET harus dipertahankan bahkan bertambah maju, misalnya dengan menambah program-program baru yang lebih menarik membahas mengenai masalah terkini dengan mendatangkan narasumber-narasumber yang kompeten di bidangnya atau memang tahu betul permasalahan yang sedang terjadi yang dapat memberikan jawaban permasalahan atau informasi baru bagi khalayak. Menampilkan informasi-informasi dalam negeri dan luar negeri yang lebih aktual, netral, cepat, dan terpercaya, serta memperbanyak acara-acara yang dapat menambah pengetahuan atau wawasan khalayak baik dari dalam maupun luar negeri seperti program-program tentang sejarah atau yang bersifat edukasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c.

NET TV juga harus mempertahankan dan memajukan motif mahasiswa untuk menyatakan identitas pribadi mahasiswa, misalnya dengan lebih banyak lagi menampilkan berita, informasi, opini, solusi yang memberikan pemahaman bagi khalayak, serta khalayak diberikan kesempatan yang lebih luas untuk memberikan dukungan atau pendapat tentang berbagai masalah terkini.

d.

Begitu juga dengan motif integrasi dan interaksi sosial, NET TV juga dapat mempertahankan dan memajukan aspek-aspek yang dapat meningkatkan motivasi mahasiswa untuk menyatakan integrasi dan interaksi sosial tersebut, misalnya dengan menyajikan acara-acara yang dapat dijadikan bahan pembicaraan atau bahan diskusi khalaknya dengan teman, kerabat, dan keluarga mereka.

Sebagai salah satu stasiun TV hiburan, NET TV harus mempertahankan dan memajukan motif hiburan dalam menonton stasiun televisi NET. Karena motif hiburan merupakan salah satu aspek yang perlu dipertimbangkan khalayak untuk memilih tontonan mereka. Program-program berita di NET TV dapat dikemas lebih menarik dan menghibur dimana dapat benar-benar menyalurkan emosi mereka, mengatasi rasa bosan, dan melupakan sejenak beban permasalahan yang ada pada khalayak, serta dapat bersantai.

DAFTAR PUSTAKA

Buku teks

Badjuri, Adi (2010). *Jurnalistik Televisi*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Baran, Stanley (2012), *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*, Edisi ke-1, Buku II, Jakarta : Erlangga.

Kriyantono, Rachmat (2010), *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Edisi 1, Jakarta: Kencana.

Littlejohn, Stephen W (2008), *Theories of Human Communication*, Edisi 9, Belmont. CA: Thomson Wadsworth.

McQuail, Dennis (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail*. Diterjemahkan oleh Putri Iva Izzati, Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy (2007). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.

Morissan (2013), *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*, Edisi 1, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Morissan, Wardhani., et al (2013), *Teori Komunikasi Massa*, Edisi 2, Bogor: Ghalia Indonesia.

Parwadi (2004). *Pengantar Televisi*. Ensiklopedia Indonesia.

Rakhmat, Jalaludin (2004). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*. Remaja Rosdakarya, Bandung.



Sugiyono (2004), *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*, Bandung: Alfabeta.

Umar, Husein (2008), *Desain Penelitian Akuntansi Keperilakuan*, Edisi 1, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

West, Richard dan Lynn H. Turner (2008), *Pengantar Teori Komunikasi*, Edisi 3, Buku II, Terjemahan oleh Maria Natalia Damayanti Maer, Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber dari Internet

Alatas, Salim “Dampak Konvergensi Media Terhadap Akulturasi Budaya Lokal” diakses tahun 2015, <http://www.academia.edu/6171985/DAMPAKKONVERGENSIMEDIATERHADAPAKULTURASIBUDAYALOKAL>

Defhahny, “Manajemen Media Penyiaran Televisi Swasta Lokal (Studi Tentang Strategi Manajemen Media Di Stasiun Padangtv Dalam Memproduksi Program Televisi Dengan Muatan Budaya Lokal)” diakses 6 Maret 2015, <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/1920/4/Chapter%20II.pdf>.

Hutagalung, Michael, “Sinetron dengan High Rating”, diakses 14 Februari 2008, <http://michaelhutagalung.com/2008/02/sinetron-sampah-tapi-tetep-high-rated-siapa-yang-salah/>

Skripsi

Caroline, Theresia (2010), Skripsi: *Motif dan Kepuasan Mahasiswa Komunikasi IBII dalam Menonton Metro TV Sebagai Stasiun Televisi Berita*, IBII.

Ginting, Marvelina Br (2010), Skripsi: *Motivasi Menonton Tayangan Just Alvin di Meteor TV*, Universitas Sumatera Utara.

Oktavia, Henny (2010), Skripsi : *Motif Masyarakat Surabaya Menonton Tayangan Happy Family Me vs Mom di Trans TV*, Universitas Kristen Petra.

Ramadhani (2011), Skripsi : *Motif Remaja Surabaya Dalam Menonton Program Acara Variety Show “Music Lyric” di BSO*, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”.

Silalahi, Maydop Tiur Elfrina (2010), Skripsi: *Motivasi Menonton Tayangan MTV Insomnia dan Kebutuhan Pelepasan Ketegangan*.

Stella (2010), Skripsi : *Motif dan Tingkat Kepuasan Mahasiswa Ilmu Komunikasi IBII Terhadap Penggunaan Blackberry*, IBII.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



VALIDITAS INFORMASI

Correlations

	Info_1	Info_2	Info_3	Info_4	Info_5	Info_6	Info_7	Info_t otal
1. Pearson Correlation	1	,783**	,693**	,589**	,324	,493**	,468**	,768**
Info_1 Sig. (2-tailed)		,000	,000	,001	,081	,006	,009	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
2. Pearson Correlation	,783**	1	,793**	,784**	,292	,392*	,467**	,774**
Info_2 Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,118	,032	,009	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
3. Pearson Correlation	,693**	,793**	1	,678**	,297	,526**	,714**	,852**
Info_3 Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,111	,003	,000	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
4. Pearson Correlation	,589**	,784**	,678**	1	,413*	,533**	,337	,777**
Info_4 Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000		,023	,002	,069	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
5. Pearson Correlation	,324	,292	,297	,413*	1	,360	,051	,518**
Info_5 Sig. (2-tailed)	,081	,118	,111	,023		,051	,789	,003
N	30	30	30	30	30	30	30	30
6. Pearson Correlation	,493**	,392*	,526**	,533**	,360	1	,577**	,817**
Info_6 Sig. (2-tailed)	,006	,032	,003	,002	,051		,001	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
7. Pearson Correlation	,468**	,467**	,714**	,337	,051	,577**	1	,730**
Info_7 Sig. (2-tailed)	,009	,009	,000	,069	,789	,001		,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30
8. Pearson Correlation	,768**	,774**	,852**	,777**	,518**	,817**	,730**	1
Info_t otal Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,003	,000	,000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

VALIDITAS IDENTITAS PRIBADI

Correlations

	Iden_1	Iden_2	Iden_3	Iden_4	Iden_5	Iden_Total
Iden_1 Pearson Correlation	1	,553**	,658**	,370*	,341	,812**
Iden_1 Sig. (2-tailed)		,002	,000	,044	,065	,000
Iden_1 N	30	30	30	30	30	30
Iden_2 Pearson Correlation	,553**	1	,504**	,310	,586**	,757**
Iden_2 Sig. (2-tailed)	,002		,005	,096	,001	,000
Iden_2 N	30	30	30	30	30	30
Iden_3 Pearson Correlation	,658**	,504**	1	,346	,375*	,805**
Iden_3 Sig. (2-tailed)	,000	,005		,061	,041	,000
Iden_3 N	30	30	30	30	30	30
Iden_4 Pearson Correlation	,370*	,310	,346	1	,503**	,615**
Iden_4 Sig. (2-tailed)	,044	,096	,061		,005	,000
Iden_4 N	30	30	30	30	30	30
Iden_5 Pearson Correlation	,341	,586**	,375*	,503**	1	,706**

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



	Sig. (2-tailed)	,065	,001	,041	,005		,000
	N	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,812**	,757**	,805**	,615**	,706**	1
Iden_Total	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

VALIDITAS INTEGRASI DAN INTERAKSI SOSIAL

Correlations

		Inte_1	Inte_2	Inte_3	Inte_4	Inte_5	Inte_6	Inte_7
Inte_1	Pearson Correlation	1	,370*	,398*	,439*	,411*	,347	,385
	Sig. (2-tailed)		,044	,029	,015	,024	,061	,036
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_2	Pearson Correlation	,370*	1	,288	,707**	,438*	,736**	,298
	Sig. (2-tailed)	,044		,122	,000	,016	,000	,109
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_3	Pearson Correlation	,398*	,288	1	,590**	,489**	,392*	,363
	Sig. (2-tailed)	,029	,122		,001	,006	,032	,049
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_4	Pearson Correlation	,439*	,707**	,590**	1	,440*	,723**	,418*
	Sig. (2-tailed)	,015	,000	,001		,015	,000	,021
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_5	Pearson Correlation	,411*	,438*	,489**	,440*	1	,507**	,505**
	Sig. (2-tailed)	,024	,016	,006	,015		,004	,004
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_6	Pearson Correlation	,347	,736**	,392*	,723**	,507**	1	,463**
	Sig. (2-tailed)	,061	,000	,032	,000	,004		,010
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_7	Pearson Correlation	,385*	,298	,363*	,418*	,505**	,463**	1
	Sig. (2-tailed)	,036	,109	,049	,021	,004	,010	
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_8	Pearson Correlation	,480**	,505**	,327	,391*	,293	,577**	,245
	Sig. (2-tailed)	,007	,004	,078	,033	,117	,001	,192
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_9	Pearson Correlation	,453*	,602**	,362*	,671**	,440*	,446*	,298
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,049	,000	,015	,014	,110
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_10	Pearson Correlation	,109	,549**	,358	,420*	,454*	,489**	,408*
	Sig. (2-tailed)	,568	,002	,052	,021	,012	,006	,025
	N	30	30	30	30	30	30	30
Inte_total	Pearson Correlation	,598**	,776**	,659**	,825**	,727**	,810**	,645**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

VALIDITAS HIBURAN

Correlations

		Hib_1	Hib_2	Hib_3	Hib_4	Hib_total
Hib_1	Pearson Correlation	1	,450*	,546**	,491**	,786**
	Sig. (2-tailed)		,013	,002	,006	,000
	N	30	30	30	30	30



Hib_2	Pearson Correlation	,450*	1	,195	,491**	,617**
	Sig. (2-tailed)	,013		,302	,006	,000
	N	30	30	30	30	30
Hib_3	Pearson Correlation	,546**	,195	1	,503**	,618**
	Sig. (2-tailed)	,002	,302		,005	,000
	N	30	30	30	30	30
Hib_4	Pearson Correlation	,491**	,491**	,503**	1	,736**
	Sig. (2-tailed)	,006	,006	,005		,000
	N	30	30	30	30	30
Hib total	Pearson Correlation	,786**	,617**	,618**	,736**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

OUTPUT

RELIABILITAS INFORMASI

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	7

RELIABILITAS IDENTITAS PRIBADI

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,805	5

1. Ditangguhkan atau ditunda sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)



RELIABILITAS INTEGRASI DAN INTERAKSI SOSIAL

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,882	10

RELIABILITAS HIBURAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	30	100,0
Excluded ^a	0	,0
Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,752	4

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Sou_In_1	130	2	5	4,15	,738
Sou_In_2	130	2	5	4,25	,758
Sou_In_3	130	2	5	4,30	,722
Sou_In_4	130	2	5	4,34	,699
Sou_In_5	130	2	5	4,26	,699
Sou_In_6	130	2	5	4,31	,703
Sou_In_7	130	1	5	4,03	,806
Ob_In_1	130	2	5	4,22	,635
Ob_In_2	130	1	5	4,33	,652
Ob_In_3	130	2	5	4,26	,654
Ob_In_4	130	2	5	4,28	,650
Ob_In_5	130	1	5	4,15	,664
Ob_In_6	130	2	5	4,28	,625
Ob_In_7	130	3	5	4,33	,615
Sou_ken_1	130	1	5	4,19	,705
Sou_ken_2	130	2	5	4,31	,714

2. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa izin IBIKKG.
 a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menyebutkan sumber.
 b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 c. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
 Jl. Diliindungi Jhang-Ujhang
 Hak cipta milik IBIKKG



Sou_Iden_3	130	2	5	4,25	,740
Sou_Iden_4	130	2	5	4,32	,694
Sou_Iden_5	130	1	5	4,28	,739
Ob_Iden_1	130	2	5	4,28	,671
Ob_Iden_2	130	3	5	4,34	,617
Ob_Iden_3	130	2	5	4,35	,619
Ob_Iden_4	130	2	5	4,39	,641
Ob_Iden_5	130	3	5	4,33	,640
Sou_Inte_1	130	2	5	4,16	,766
Sou_Inte_2	130	2	5	4,12	,747
Sou_Inte_3	130	2	5	4,28	,682
Sou_Inte_4	130	1	5	4,30	,711
Sou_Inte_5	130	2	5	4,32	,749
Sou_Inte_6	130	2	5	4,33	,741
Sou_Inte_7	130	1	5	4,32	,747
Sou_Inte_8	130	2	5	4,39	,676
Sou_Inte_9	130	2	5	4,38	,675
Sou_Inte_10	130	2	5	4,39	,710
Ob_Inte_1	130	1	5	4,08	,737
Ob_Inte_2	130	1	5	4,18	,713
Ob_Inte_3	130	3	5	4,27	,644
Ob_Inte_4	130	2	5	4,30	,678
Ob_Inte_5	130	2	5	4,32	,705
Ob_Inte_6	130	2	5	4,38	,685
Ob_Inte_7	130	2	5	4,41	,643
Ob_Inte_8	130	3	5	4,41	,631
Ob_Inte_9	130	2	5	4,33	,675
Ob_Inte_10	130	2	5	4,09	,698
Sou_Hib_1	130	2	5	4,22	,718
Sou_Hib_2	130	2	5	4,27	,734
Sou_Hib_3	130	2	5	4,14	,668
Sou_Hib_4	130	2	5	4,33	,615
Ob_Hib_1	130	2	5	4,25	,639
Ob_Hib_2	130	3	5	4,32	,613
Ob_Hib_3	130	2	5	4,35	,631
Ob_Hib_4	130	2	5	4,37	,660
Valid N (listwise)	130				

Wilcoxon Signed Ranks Test

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_Ob_Inf -	Negative Ranks	30 ^a	31,18	935,50
	Positive Ranks	35 ^b	34,56	1209,50
TOTAL_Sou_Inf	Ties	65 ^c		
		Total	130	

- a. TOTAL_Ob_Inf < TOTAL_Sou_Inf
- b. TOTAL_Ob_Inf > TOTAL_Sou_Inf
- c. TOTAL_Ob_Inf = TOTAL_Sou_Inf

Test Statistics^a

	TOTAL_Ob_Inf - TOTAL_Sou_Inf
Z	-,902 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,367

1. Ditanya mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.



Wilcoxon Signed Ranks Test

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_Ob_Iden - TOTAL_Sou_Iden	Negative Ranks	30 ^a	28,75	862,50
	Positive Ranks	38 ^b	39,04	1483,50
	Ties	62 ^c		
	Total	130		

- a. TOTAL_Ob_Iden < TOTAL_Sou_Iden
- b. TOTAL_Ob_Iden > TOTAL_Sou_Iden
- c. TOTAL_Ob_Iden = TOTAL_Sou_Iden

Test Statistics^a

	TOTAL_Ob_Ide n - TOTAL_Sou_Id en
Z	-1,921 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,055

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.

Wilcoxon Signed Ranks Test

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_Ob_Inte - TOTAL_Sou_Inte	Negative Ranks	40 ^a	32,83	1313,00
	Positive Ranks	29 ^b	38,00	1102,00
	Ties	61 ^c		
	Total	130		

- a. TOTAL_Ob_Inte < TOTAL_Sou_Inte
- b. TOTAL_Ob_Inte > TOTAL_Sou_Inte
- c. TOTAL_Ob_Inte = TOTAL_Sou_Inte

Test Statistics^a

	TOTAL_Ob_Int e - TOTAL_Sou_In te
Z	-,632 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,527

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on positive ranks.

Hak cipta milik IBI KIKK Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumbernya.
 - a. Penguatan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Penguatan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Wilcoxon Signed Ranks Test

		Ranks		
		N	Mean Rank	Sum of Ranks
TOTAL_Ob_Hib - TOTAL_Sou_Hib	Negative Ranks	23 ^a	33,54	771,50
	Positive Ranks	42 ^b	32,70	1373,50
	Ties	65 ^c		
	Total	130		

- a. TOTAL_Ob_Hib < TOTAL_Sou_Hib
 b. TOTAL_Ob_Hib > TOTAL_Sou_Hib
 c. TOTAL_Ob_Hib = TOTAL_Sou_Hib

Test Statistics^a

TOTAL_Ob_Hib - TOTAL_Sou_Hib	
Z	-1,986 ^b
Asymp. Sig. (2-tailed)	,047

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
 b. Based on negative ranks.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	TOTAL_Sou_Inf	TOTAL_Sou_Iden	TOTAL_Sou_Inte	TOTAL_Sou_Hib	TOTAL_Ob_Inf	TOTAL_Ob_Iden	TOTAL_Ob_Inte	TOTAL_Ob_Hib
N	130	130	130	130	130	130	130	130
Normal Parameters ^a	Mean	29,63	21,35	43,00	16,96	29,86	21,68	42,77
	Std. Deviation	4,319	3,157	5,917	2,344	3,745	2,779	5,641
Most Extreme Differences	Absolute Positive	,214	,188	,145	,187	,202	,172	,173
	Negative	,107	,124	,118	,151	,144	,143	,111
Kolmogorov-Smirnov Z		2,445	2,142	1,648	2,132	2,302	1,963	1,976
Asymp. Sig. (2-tailed)		,000	,000	,009	,000	,000	,001	,001

- a. Test distribution is Normal.
 b. Calculated from data.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Kwik Kian Gie School of Business dan Informatika Kwik Kian Gie