

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menganalisis mengenai pengaruh pengembangan program acara terhadap citra perusahaan ANTV. Adapun yang menjadi objek penelitian sebagai variabel bebas (*independent variable*) adalah pengembangan program acara. Sedangkan yang menjadi variabel terikat (*dependent variable*) adalah citra perusahaan ANTV.

Variabel bebas yaitu pengembangan program acara dalam hal ini penciptaan program baru ANTV berupa hiburan, series, dan informasi yang terdiri dari *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, dan *observability*. Sedangkan variabel terikat yaitu citra perusahaan dalam hal ini kesan atau persepsi dari pemirsa televisi terhadap ANTV yang terdiri dari dimensi : *reputation*, *recognition*, *affinity*, dan *brand loyalty*.

Dari kedua objek penelitian ini maka dapat dianalisis : pertama mengetahui tanggapan responden mengenai pengembangan program acara ANTV, kedua mengetahui tanggapan responden mengenai citra perusahaan ANTV, ketiga mengukur pengaruh pengembangan program acara terhadap citra perusahaan ANTV.

Objek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah, Bandung. Adapun penelitian ini dilaksanakan dalam satu kurun waktu tertentu yaitu November 2006 sampai dengan Januari 2007.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Sifat/jenis Penelitian dan Metode yang digunakan

Supaya tercapai tujuan dari penelitian ini maka diperlukan suatu metode dan teknik penelitian yang sesuai. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Menurut Sugiyono (2005:11) penelitian deskriptif adalah : "Penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu atau lebih (*independent*) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain". Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang diselidiki (Moh. Nazir, 2003:54). Dalam penelitian ini akan diperoleh deskripsi mengenai tanggapan responden tentang pengembangan program acara ANTV serta citra pemirsa terhadap ANTV.

Penelitian verifikatif pada dasarnya ingin menguji kebenaran dari suatu hipotesis yang dilaksanakan melalui pengumpulan data di lapangan dimana dalam penelitian ini akan diuji apakah terdapat pengaruh pengembangan program acara terhadap citra perusahaan ANTV.

Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian *explanatory survey* yaitu metode survey untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis.

Menurut Kerlinger dalam Sugiyono (2005:7)

Yang dimaksud dengan metode survei yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sample yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antarvariabel sosiologis maupun psikologis.

Dalam penelitian yang menggunakan metode *explanatory survey*, informasi dari sampel responden dikumpulkan secara empirik dengan tujuan untuk mengetahui pendapat dari sebagian populasi terhadap objek yang diteliti.

Berdasarkan kurun waktu penelitian yang dilaksanakan dalam waktu satu kurun waktu tertentu yaitu bulan November 2006 sampai dengan bulan Januari 2007, maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional*. Metode *cross sectional* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang) (Husein Umar, 2003:45). Dengan demikian pengumpulan informasi mengenai sampel dari elemen populasi hanya pada satu waktu tertentu.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Variabel yang dikaji dalam penelitian ini meliputi pengembangan program acara dan citra perusahaan. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini tertera pada Tabel 3.1 berikut.

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
Pengembangan Program Acara (variabel x)	Strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya. (Morissan, 2005)				

Variabel/Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Relative Advantage</i>	Keunggulan daripada produk/ program yang sudah ada. (Lamb, 2001:463)	• Tampilan format acara.	• Tingkat tampilan format acara.	Ordinal	A1
		• Konsistensi tema acara.	• Tingkat konsistensi tema acara.	Ordinal	A2
		• Kemenarikan judul program acara.	• Tingkat kemenarikan judul program acara.	Ordinal	A3
		• Ketepatan pemilihan pembawa acara.	• Tingkat ketepatan pemilihan pembawa acara.	Ordinal	A4
		• Ketepatan pemilihan artis pendukung.	• Tingkat ketepatan pemilihan artis pendukung.	Ordinal	A5
<i>Compatibility</i>	Kesesuaian program acara dengan nilai dan pengalaman perorangan dalam masyarakat. (Lamb, 2001:463)	• Kesesuaian nilai program acara dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat.	• Tingkat kesesuaian nilai program acara dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat	Ordinal	A6
		• Kesesuaian program acara dengan kebutuhan pemirsa.	• Tingkat kesesuaian program acara dengan kebutuhan pemirsa.	Ordinal	A7
		• Kesesuaian program acara dengan tren yang ada.	• Tingkat kesesuaian program acara dengan tren yang ada.	Ordinal	A8
		• Kesesuaian program acara dengan target pemirsa yang dituju.	• Tingkat kesesuaian program acara dengan target pemirsa yang dituju.	Ordinal	A9

Variabel/Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Complexity</i>	Kerumitan/ kesukaran pogram acara untuk dimengerti. (Lamb, 2001:463)	• Kesukaran pemahaman tema program acara.	• Tingkat kesukaran pemahaman tema program acara	Ordinal	A10
		• Kesukaran pemahaman alur cerita.	• Tingkat kesukaran pemahaman alur cerita.	Ordinal	A11
		• Kesukaran perolehan informasi tentang program acara melalui media cetak dan elektronik.	• Tingkat kesukaran perolehan informasi tentang program acara melalui media cetak dan elektronik.	Ordinal	A12
<i>Observability</i>	Kemampuan program acara untuk dapat diamati dan dijelaskan kepada orang lain atas manfaat yang diperoleh. (Lamb, 2001:463)	• Tampilan program acara jelas dan enak dilihat.	• Tingkat tampilan program acara jelas dan enak dilihat.	Ordinal	A13
		• Kecepatan cerita program acara.	• Tingkat kecepatan cerita program acara.	Ordinal	A14
		• Kekuatan gambar program acara.	• Tingkat kekuatan gambar program acara.	Ordinal	A15
Citra perusahaan (variabel y)	Total persepsi terhadap suatu objek (perusahaan) yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. (Nugroho J. Setiadi, 2004:179)				

Variabel/Sub variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No Item
<i>Reputations</i>	Kekuatan brand perusahaan dikenal oleh pemirsa. (Poon, 2000:28)	• Pengenalan terhadap ANTV.	• Tingkat pengenalan terhadap ANTV.	Ordinal	B1
		• Peranan ANTV.	• Tingkat Peranan ANTV.	Ordinal	B2
		• Prestasi ANTV.	• Tingkat prestasi ANTV.	Ordinal	B3
<i>Recognition</i>	Nilai perusahaan dalam persepsi pemirsa. (Poon, 2000:28)	• Kemampuan bersaing dengan stasiun televisi lain.	• Tingkat kemampuan bersaing dengan stasiun televisi lain.	Ordinal	B4
		• Penilaian program acara.	• Tingkat penilaian program acara.	Ordinal	B5
		• Kemampuan sumber daya manusia.	• Tingkat kemampuan sumber daya manusia.	Ordinal	B6
		• Kemampuan teknik dan teknologi siaran.	• Tingkat kemampuan teknik dan teknologi siaran.	Ordinal	B7
<i>Affinity</i>	Emotional relationship yang terjadi antara perusahaan dengan pemirsa. (Poon, 2000:28)	• Kepercayaan terhadap pendekatan yang dilakukan ANTV (<i>Real people, real stories, it's real ANTV</i>).	• Tingkat kepercayaan terhadap pendekatan yang dilakukan ANTV (<i>Real people, real stories, it's real ANTV</i>).	Ordinal	B8
		• Harapan terhadap kinerja ANTV.	• Tingkat harapan terhadap kinerja ANTV.	Ordinal	B9
<i>Brand loyalty</i>	Kesetiaan pemirsa menggunakan produk/jasa perusahaan. (Poon, 2000:28)	• Kesetiaan menonton program acara.	• Tingkat kesetiaan menonton program acara.	Ordinal	B10
		• Kepuasan akan program acara.	• Tingkat kepuasan akan program acara.	Ordinal	B11

3.2.3 Jenis dan Sumber Data

Untuk kepentingan penelitian ini, jenis dan sumber data diperlukan dikelompokkan ke dalam dua golongan yaitu :

1. Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari penyebaran kuesioner kepada responden yang dianggap telah memiliki populasi yaitu pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah, Bandung.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang sudah tersedia sebelumnya, diperoleh dari pihak lain yang berasal dari buku-buku, literatur, artikel, dan tulisan-tulisan ilmiah.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka peneliti mengumpulkan dan menyajikan dalam Tabel 3.2 berikut.

TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
1. Presentase rata-rata rumah tangga yang memiliki pesawat tv di beberapa wilayah.	Sekunder	Majalah Warta Ekonomi Agustus 2005
2. Stasiun televisi nasional di Indonesia.	Sekunder	Majalah Warta Ekonomi Agustus 2005 www.sctv.co.id www.an.tv www.indosiar.com www.tpi.co.id www.transtv.co.id www.metrotvnews.co.id www.globaltv.co.id
3. Belanja iklan pada media, tahun 2006	Sekunder	Bisnis Indonesia, 1 Agustus 2006
4. <i>Audience share</i> stasiun televisi nasional.	Sekunder	AGB Nielsen Media Research & Company
5. Tanggapan responden mengenai pengembangan program acara ANTV.	Primer	Responden

Data Penelitian	Jenis Data	Sumber Data
6. Tanggapan responden mengenai perusahaan.	Primer	Responden
7. Jumlah penduduk Kelurahan Cijerah, Bandung	Sekunder	Kantor Kelurahan Cijerah, Bandung

3.2.4 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

3.2.4.1 Populasi

Populasi merupakan sekelompok objek yang dapat dijadikan sumber penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2005:90). Pendapat lain menyatakan bahwa sampel populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. (Suharsimi Arikunto, 2006:130)

Berdasarkan pengertian populasi tersebut maka populasi pada penelitian ini adalah pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah Bandung yang berusia 15 tahun-64 tahun sebanyak 12490 orang dengan didasari pertimbangan bahwa penerimaan gambar sebelas stasiun televisi nasional di daerah tersebut relatif baik. Pertimbangan pemilihan batas bawah usia tersebut dikarenakan seseorang yang telah mencapai usia 15 tahun dianggap telah dapat bertanggung jawab atas apa yang diperbuatnya. Pada Tabel 3.3 berikut ini merupakan rincian jumlah penduduk pada Kelurahan Cijerah Bandung.

TABEL 3.3
JUMLAH PENDUDUK KELURAHAN CIJERAH BANDUNG

Nama Kelurahan	Jumlah RW	Jumlah RT	Jumlah Umpi	Jumlah Penduduk	Jumlah Penduduk Usia 15-64 Tahun
Cijerah	10	73	4815	20572	12490

Sumber : Laporan Kependudukan Kelurahan Cijerah, Juni 2006

3.2.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. (Sugiyono, 2005:91). Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto (2006:131) sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.

Dalam suatu penelitian tidak mungkin keseluruhan populasi diteliti. Hal ini disebabkan beberapa faktor diantaranya keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu. Oleh karena itu peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti.

Dalam menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus dari Harun Al Rasyid (1994-44), yaitu :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

Sedangkan n_0 dapat dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$n_0 = \left[\frac{Z(1 - \frac{\alpha}{2})S}{\delta} \right]^2$$

(Harun Al Rasyid, 1994:44)

Keterangan:

S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi dengan menggunakan *Deming's Empirical Rule*

δ = *Bound of error* yang bisa ditolerir/ dikehendaki sebesar 5%

N = Populasi

n = Sampel

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel dari jumlah populasi yang ada, yaitu sebagai berikut :

- a. Jumlah item pertanyaan = 26
- b. Nilai tertinggi skor peresponden : $(26 \times 5) = 130$
- c. Nilai terendah: $(26 \times 1) = 26$
- d. Rentang = Nilai tertinggi – Nilai skor terendah: $130 - 26 = 104$
- e. S = Simpangan baku untuk variabel yang diteliti dalam populasi (populasi standard deviator) dengan menggunakan *deming empirical rule*, maka diperoleh :

$$S = (0,21) (104) = 21,84$$

Hal tersebut atas dasar penyebaran angket dengan jawaban responden lebih banyak 4 dan 5 sehingga arah kurva cenderung condong ke sebelah kanan atau kiri.

- f. Dengan derajat kepercayaan

$$= 95\% \text{ dimana } \alpha = 0,05, Z\left(1 - \frac{\alpha}{2}\right) = Z_{0,975} = 1,96$$

(berdasarkan tabel Z, yaitu tabel normal baku akan diperoleh nilai 1,96)

- g. Jadi $n_0 = \left\{ \frac{1,96 \times 21,84}{5} \right\}^2 = 73$

- h. Dengan demikian jumlah sampel adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

$$n = \frac{73}{1 + \frac{73}{12490}}$$

$$n = 72,56 \approx 73$$

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematika. Agar sampel yang digunakan lebih representatif dalam penelitian ini, maka sampel yang digunakan adalah 100 orang responden.

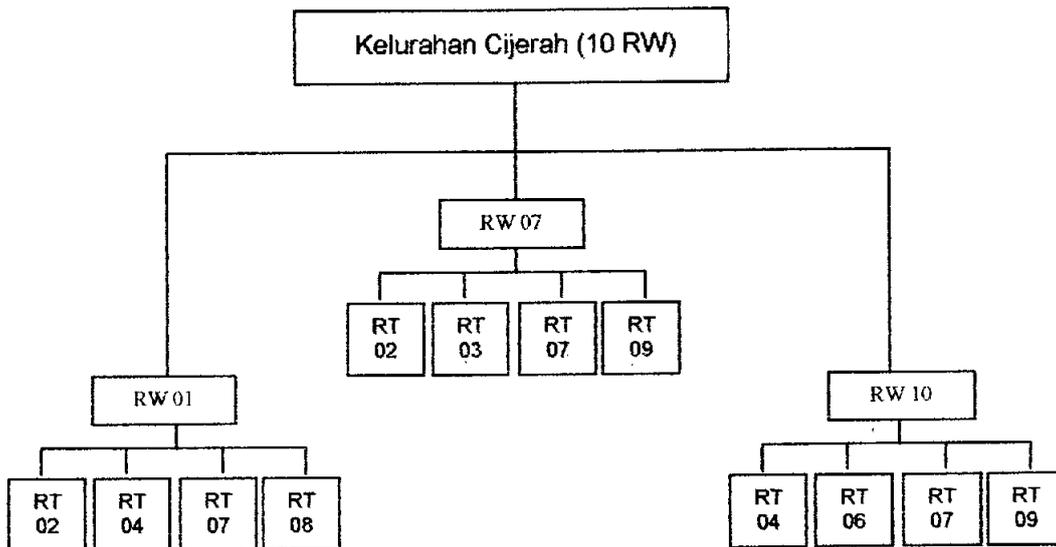
3.2.4.3 Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. (Sugiyono, 2005:91). Teknik sampling penelitian ini menggunakan sampel wilayah (*cluster random sampling*).

Menentukan sampel daerah menurut Harun Al Rasyid (1994:99) dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Populasi dibagi-bagi kedalam (N) buah cluster atau satuan sampling primer (SSP).
2. Berdasarkan (N) buah SSP dipilih sebanyak n buah SSP melalui simple random sampling, pemilihan ini disebut pemilihan tingkat pertama.
3. Didalam SSP berisi satuan sampling yang lebih kecil yaitu satuan sampling sekunder (SSS), dari masing-masing SSP yang sudah terpilih kemudian kita memilih SSS dengan syarat setiap SSP yang terpilih paling sedikit harus dipilih dua SSS. Pemilihan SSS ini disebut pemilihan tingkat kedua.

Untuk lebih jelasnya pembagian sampel pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah Bandung dapat dilihat pada Gambar 3.1 pada halaman 65 berikut.



GAMBAR 3.1
PEMBAGIAN SAMPEL PEMIRSA TELEVISI DI KELURAHAN CIJERAH BANDUNG

Jumlah pemirsa televisi yang akan mengisi kuesioner pada setiap RT, telah ditentukan berdasarkan jumlah sampel dengan cara proporsional seperti yang disajikan pada Tabel 3.4 sebagai berikut :

TABEL 3.4
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL
PADA SETIAP RT PENELITIAN

No	RW	RT	Jumlah	Perhitungan Sampel	Jumlah Sampel
1	01	02	138	$138/1674 \times 100$	8
2		04	142	$142/1674 \times 100$	9
3		07	125	$125/1674 \times 100$	8
4		08	136	$136/1674 \times 100$	8
5	07	02	149	$149/1674 \times 100$	9
6		03	156	$156/1674 \times 100$	9
7		07	138	$138/1674 \times 100$	8
8		09	129	$129/1674 \times 100$	8
9	10	04	139	$139/1674 \times 100$	8
10		06	141	$141/1674 \times 100$	8
11		07	146	$146/1674 \times 100$	9
12		09	135	$135/1674 \times 100$	8
	Jumlah		1674		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian digunakan suatu data yang erat hubungannya dengan masalah yang diteliti. Untuk mendapatkan data tersebut diperlukan cara yang dapat mendukung pengumpulan data itu.

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kuesioner

Merupakan teknik pengumpulan data melalui penyebaran seperangkat daftar pertanyaan tertulis. Kuesioner ditujukan untuk responden sampel dari populasi yang berisi pertanyaan dalam bentuk tertutup untuk mengungkap tanggapan responden mengenai pengembangan program acara dan tanggapan responden mengenai citra perusahaan ANTV.

2. Studi Literatur

Studi literatur merupakan usaha pengumpulan informasi yang berhubungan dengan teori-teori yang ada kaitannya dengan masalah dan variabel yang diteliti yang terdiri dari variabel pengembangan program acara (produk) dan citra perusahaan.

3. Penelusuran Internet

Merupakan usaha untuk mengumpulkan informasi berupa artikel atau jurnal yang berhubungan dengan variabel yang diteliti dalam penelitian ini yaitu pengembangan program acara dan citra perusahaan.

4. Wawancara

Wawancara dilakukan sebagai usaha untuk memperoleh data populasi kepada Dinas Kependudukan Kota Bandung dan Kelurahan Cijerah Bandung serta kepada responden untuk memperoleh pendalaman informasi.

3.2.6 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Di dalam penelitian, data mempunyai kedudukan paling tinggi karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti, dan fungsinya sebagai pembentukan hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data sangat menentukan mutu hasil penelitian. Sedangkan benar tidaknya data tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Instrumen yang baik harus memenuhi dua persyaratan penting yaitu *valid* dan *reliable*.

3.2.6.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan kevalidan dari suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah (Suharsimi Arikunto, 2006:168).

Tipe validitas yang digunakan adalah validitas konstruk yang menentukan validitas dengan cara mengkorelasikan antar skor yang diperoleh dari masing-masing item berupa pertanyaan dengan skor totalnya. Skor total ini merupakan nilai yang diperoleh dari penjumlahan semua skor item. Korelasi antar skor item dengan skor totalnya harus signifikan. Berdasarkan ukuran statistik, bila ternyata skor semua item yang disusun berdasarkan dimensi konsep berkorelasi dengan skor totalnya, maka dapat dikatakan bahwa alat ukur tersebut mempunyai validitas. Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung validitas dari suatu instrumen adalah rumus Korelasi *Product Moment*, yang dikemukakan oleh Pearson sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum XY - (\sum X \times \sum Y)}{\sqrt{(n \sum X^2 - (\sum X)^2)} \cdot \sqrt{(n \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006:170})$$

Dimana:

r = Koefisien korelasi antara variabel X dan Y, dua variabel yang dikorelasikan.

Keputusan pengujian validitas item instrumen, adalah sebagai berikut:

1. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$.
2. Item pertanyaan yang diteliti dikatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Perhitungan validitas instrumen dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11.5 for window.

Berdasarkan hasil pengujian validitas instrumen diperoleh hasil sebagai berikut :

1. Validitas item instrumen variabel X (pengembangan program acara)

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $30-2=28$, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$. Berdasarkan hasil pengujian validitas, diperoleh hasil bahwa semua item instrumen variabel X adalah valid. Item instrumen yang memperoleh nilai r_{hitung} tertinggi adalah item kesesuaian program acara dengan kebutuhan pemirsa yang terdapat pada dimensi *compatibility* yaitu sebesar 0.6841. Sedangkan item instrumen yang memperoleh r_{hitung} terendah adalah item kesukaran pemahaman tema program acara yang terdapat pada dimensi *complexity* yaitu sebesar 0.3868. Hasil pengujian validitas instrumen variabel X secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

2. Validitas item instrumen variabel Y (citra perusahaan)

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $30-2=28$, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$. Berdasarkan hasil pengujian validitas, diperoleh hasil bahwa semua item instrumen variabel X adalah valid. Item instrumen

yang memperoleh nilai r_{hitung} tertinggi adalah item kemampuan sumber daya manusia yang terdapat pada dimensi *recognition* yaitu sebesar 0.7189. Sedangkan item instrumen yang memperoleh r_{hitung} terendah adalah item peranan perusahaan yang terdapat pada dimensi *reputations* yaitu sebesar 0.3906. Hasil pengujian validitas instrumen variabel Y secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

3.2.6.2 Reliabilitas

Reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data, karena instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. *Reliable* artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Menurut Suharsimi Arikunto, yang dimaksud dengan reliabilitas menunjukkan suatu pengertian bahwa suatu intrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2006:178).

Jika suatu instrumen dapat dipercaya maka data yang dihasilkan oleh instrumen tersebut dapat dipercaya. Adapun rumus yang digunakan untuk mengukur reliabilitas adalah teknik *Cronbach alpha* yaitu:

$$r = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_i^2} \right)$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keterangan:

- r = Reliabilitas instrumen
 k = Banyaknya butir pertanyaan
 σ_t^2 = Varians total
 $\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varian butir

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian jumlahkan, seperti berikut ini:

$$\sigma_b^2 = \frac{\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}}{n}$$

(Suharsimi Arikunto, 2006:196)

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut :

1. $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan reliabel.
2. $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel

Dilihat dari statistik alpha Cronbach, suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika koefisien alpha Cronbach lebih besar atau sama dengan 0,70 (Hair, et al dalam Kusnendi, 2005:12)

Perhitungan reliabilitas instrumen dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11.5 for window.

Pengujian validitas instrumen ini dilakukan terhadap 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) n-2 atau 30-2=28, maka diperoleh nilai $r_{tabel} = 0,374$, maka didapat r_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari 0,374. Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas instrumen diperoleh hasil bahwa variabel X dan variabel Y adalah reliabel. Item instrumen

variabel X memiliki nilai r_{hitung} yang lebih tinggi (0,8833) dibandingkan r_{hitung} variabel Y (0,8543). Dapat pula dikatakan bahwa reliabilitas instrumen memiliki reliabel yang memadai karena nilai r_{hitung} masing-masing variabel lebih besar dari 0,70. Hasil pengujian reliabilitas instrumen variabel X dan variabel Y secara lengkap dapat dilihat pada lampiran 7.

3.2.7 Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun berdasarkan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh pengembangan program acara terhadap citra perusahaan ANTV berdasarkan tanggapan responden pemirsa televisi.

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data dilakukan setelah seluruh data responden terkumpul. Kegiatan analisis data dilakukan melalui tiga tahap sebagai berikut :

1. Menyusun data

Kegiatan ini dilakukan untuk memeriksa kelengkapan identitas responden, kelengkapan data serta isian data yang sesuai dengan tujuan penelitian.

2. Tabulasi data

Penelitian ini melakukan tabulasi data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

- a. Memberi skor pada tiap item
- b. Menjumlahkan skor pada setiap item
- c. Menyusun ranking skor pada setiap variabel penelitian.

3. Analisis data

Kegiatan ini merupakan pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik kemudian menginterpretasikan data untuk memperoleh suatu kesimpulan.

Pada penelitian ini, digunakan dua jenis analisis yaitu analisis deskriptif khususnya bagi variabel yang bersifat kualitatif dan analisis kuantitatif berupa pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik.

3.2.7.1 Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini, analisis deskriptif digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan responden pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah, Bandung mengenai pengembangan program acara yang dilakukan oleh ANTV.
2. Analisis deskriptif tanggapan responden pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah, Bandung mengenai citra perusahaan ANTV.

3.2.7.2 Analisis Verifikatif

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis korelasi karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu pengembangan program acara sebagai variabel independen (X) dan citra perusahaan sebagai variabel dependen (Y). Untuk setiap pernyataan dari kuesioner terdiri dari lima kategori seperti yang tertera pada Tabel 3.5 pada halaman 73.

TABEL 3.5
SKOR ITEM PERTANYAAN

Pernyataan	Skor
Sangat setuju/selalu/sangat positif	5
Setuju/selalu/sangat positif	4
Kurang setuju/ ragu-ragu/kadang-kadang/netral	3
Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif	2
Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif	1

Sumber : Sugiyono, 2005:108

Adapun langkah-langkah untuk analisis verifikatif adalah sebagai berikut:

a. *Method Of Successive Interval (MSI)*

Penelitian ini menggunakan data ordinal seperti dijelaskan dalam operasionalisasi variabel, maka semua data ordinal yang terkumpul terlebih dahulu akan ditransformasi menjadi skala interval dengan menggunakan *Method of successive interval*. (Harun Al rasyid, 1994:131). Hal ini sejalan dengan pernyataan Sugiyono bahwa syarat variabel dalam regresi sekurang-kurangnya adalah interval.

Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.
- 2) Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- 3) Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban
- 4) Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.

- 5) Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

$$Scale\ Value = \frac{(Density\ at\ Lower\ Limit) - (Density\ at\ Upper\ Limit)}{(Area\ Below\ Upper\ Limit) - (Area\ Below\ Lower\ Limit)}$$

Data penelitian yang sudah berskala interval selanjutnya akan ditentukan pasangan data variabel *independen* dengan variabel *dependen* serta ditentukan persamaan yang berlaku untuk pasangan-pasangan tersebut. Peneliti menggunakan bantuan program *software* SUCC'97 pada *Microsoft Office Excel* untuk proses pengolahan data MSI tersebut.

b. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan mencari derajat keeratan hubungan antara kedua variabel yang diteliti. Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan yang positif dan hubungan yang negatif. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r) paling sedikit -1 dan paling besar 1 (-1 < r < 1) artinya jika:

r = 1, hubungan X dan Y sempurna dan positif (mendekati 1, hubungan sangat kuat dan positif).

r = -1, hubungan X dan Y sempurna dan negatif (mendekati -1, hubungan sangat kuat dan negatif).

r = 0, hubungan X dan Y lemah sekali dan tidak ada hubungan sama sekali.

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis korelasi pearson product moment dengan rumus sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]\}}}$$

Sumber : Sugiyono (2005:212)

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan itu maka dapat digunakan pedoman interpretasi koefisien korelasi pada Tabel 3.6 berikut.

TABEL 3.6
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN INTERPRETASI
KOEFISIEN KORELASI

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber : Sugiyono (2005:214)

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan oleh peneliti, bila peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) satu variabel dependen, bila satu variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (dinaikaturunkan nilainya) (Sugiyono, 2005: 237).

Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah pengembangan program acara, sedangkan variabel dependen-nya (Y) yaitu citra perusahaan.

Untuk bisa membuat ramalan melalui regresi, maka data setiap variabel harus tersedia. Selanjutnya berdasarkan data itu peneliti harus dapat menemukan persamaan regresi linier sederhana melalui perhitungan.

Persamaan umum regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan.

a = nilai Y bila X = 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan maupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut :

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \quad (\text{Sugiyono, 2005:238})$$

d. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya sumbangan sebuah variabel bebas terhadap variasi (naik/turunnya) variabel terikat maka digunakan koefisien determinasi (KD) dengan rumus berikut :

$$KD = r^2 \times 100 \%$$

(Sugiyono, 2005: 247)

Keterangan :

KD = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi

e. Rancangan Uji Hipotesis

Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_0 : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara pengembangan program acara terhadap citra perusahaan ANTV (survei pada pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah, Bandung).

H_1 : $p > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara pengembangan program acara terhadap citra perusahaan ANTV (survei pada pemirsa televisi di Kelurahan Cijerah, Bandung).

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis pengaruh yang diajukan harus dicari terlebih dahulu dulu dari t_{hitung} dan dibandingkan dengan nilai dari t_{tabel} , dengan taraf kesalahan 5% atau sebesar 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta uji satu pihak yaitu pihak kanan. Untuk mencari nilai t_{hitung} menggunakan rumus $t_{student}$ yaitu :

$$t = r \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(Sudjana, 2000:62)

Keterangan :

t = distribusi student

r = koefisien korelasi

n = banyaknya data

Berdasarkan hipotesis di atas, maka kriteria keputusan sebagai berikut :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- 2) Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

