

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

1.1 Objek Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan ilmu manajemen khususnya Manajemen pemasaran dengan bahasan tentang atribut produk dan citra perusahaan serta ilmu psikologi dengan bahasan tentang persepsi. Objek penelitian yang menjadi variabel bebas atau *independent variable* adalah persepsi pemirsa atas atribut program acara. Adapun objek penelitian yang menjadi variabel terikat atau *dependent variabel* ialah citra perusahaan dalam hal ini PT.Indosiar Visual Mandiri .

Pada penelitian ini, objek yang dijadikan responden adalah pemirsa yang telah menonton program acara dari stasiun televisi Indosiar yang bertempat tinggal di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung. Pertimbangan memilih responden di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung karena dua alasan yaitu :

1. Bandung sebagai salah satu kota pemeringkat survei rating program acara pertelevisian di indonesia.
2. Kedua, pemirsa di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung relatif homogen dengan pemirsa di kelurahan lainnya di kota bandung, sehingga bisa mewakili populasi.

Dari variabel bebas dan variabel terikat maka akan diteliti mengenai pengaruh persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap pembentukan citra perusahaan pada PT. Indosiar Visual Mandiri.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian Dan Metode Yang Digunakan

Metode penelitian ilmiah menurut Sugiono (2006 ; 7-15) pada dasarnya dibagi menjadi dua bagian yaitu

1. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*. Metode ini disebut sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi ilmiah yaitu konkrit, empiris, obyektif, terukur, rasional dan sistematis. Selain itu data penelitian berupa angka atau pernyataan dengan menggunakan skala angka dengan analisis menggunakan statistika. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena lebih menekankan pada keluasan informasi yang diperoleh, dengan populasi yang tersebar luas serta variabel penelitian yang terbatas. Selain itu hubungan antar variabel penelitian dalam metode penelitian kuantitatif bersifat sebab-akibat. Dalam metode ini, hubungan antara peneliti dengan obyek yang diteliti bersifat independen.
2. Metode Kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, bersifat interpretative karena data hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi data yang ditemukan di lapangan. Dalam filsafat *postpositivisme* memandang realitas penelitian sebagai sebuah

gejala yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*).

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Menurut Traver Travens dalam Husain Umar (2001:21) menjelaskan bahwa “Penelitian dengan menggunakan metode *deskriptif* adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik suatu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain”. Dengan menggunakan jenis penelitian deskriptif maka dapat diperoleh diskripsi mengenai persepsi pemirsa atas atribut program acara yang ditayangkan oleh Indosiar, serta pandangan responden mengenai citra PT. Indosiar Visual Mandiri. Sedangkan jenis penelitian verifikatif menguji kebenaran suatu hipotesis yang dilakukan melalui pengumpulan data di lapangan. Penelitian *verifikatif* bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan.

Dengan jenis penelitian *desriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survey. Menurut Ker Linger dalam Sugiyono (2002:7) “Metode survey yaitu metode penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data-data dari *sample* yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis”.

Berdasarkan kurun waktu penelitian, penelitian dilaksanakan sejak bulan Juli 2006 sampai dengan bulan Desember 2006. Pelaksanaan penelitian ini kurang

dari satu tahun maka metode penelitian yang dipergunakan adalah metode *cross sectional*. *Cross Sectional method* adalah metode penelitian yang mempelajari objek dalam kurun waktu tertentu (tidak berkesinambungan dalam jangka waktu panjang). (Husain Umar, 2001:45).

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Berdasarkan objek penelitian di atas yang menjadi variabel bebas adalah persepsi pemirsa atas atribut program acara dengan indikator merek (judul) program acara, pelabelan dan kemasan program acara. Sedangkan yang merupakan variabel terikat adalah pembentukan citra perusahaan yang terdiri dari empat sub indikator yaitu *Reputation* (kekuatan citra perusahaan), *Recognition* (nilai perusahaan dalam persepsi pemirsa) dan *Affinity* (hubungan emosional antara pemirsa dengan Indosiar) dan *Brand Loyalty* (kesetiaan pada Indosiar). Variabel pembentukan citra perusahaan tersebut digunakan untuk mengukur dan menganalisis tingginya pengaruh persepsi pemirsa atas atribut program acara. Dari variabel-variabel tersebut dapat dioperasionalkan dalam tabel 3.1

TABEL 3.1
OPERASIONALISASI VARIABEL

Variabel/ Sub Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	Soal no
<i>Persepsi pemirsa atas atribut program acara</i> (X)	Proses psikologi pada diri pemirsa dalam bentuk memilih, merumuskan dan menafsirkan keseluruhan atribut program acara yang ia lihat, dan ia dengar sehingga membentuk sikap pemirsa atas program acara tersebut			Ordinal	

	Merek program acara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identitas program acara 2. Daya tarik nama program acara. 3. Pembentuk Citra 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kesesuaian nama program acara sebagai identitas. 2. Tingkat kemenarikan nama program acara. 3. Tingkat ketepatan nama program acara sebagai alat pembentuk citra. 	Ordinal	1
	Pelabelan (kelompok program acara)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmen Pemirsa 2. Daya tarik kelompok Program acara 3. Komposisi program acara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kemenarikan program acara tiap segmen. 2. Tingkat kemenarikan kelompok program acara. Tingkat keseimbangan komposisi program acara. 	Ordinal	4
	kemasan program acara	<ol style="list-style-type: none"> 1. Alur penayangan acara. 2. Waktu tayang 3. Cara penayangan program acara 4. Siaran langsung 5. tema acara 6. Kreativitas konsep acara 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tingkat kemenarikan alur penayangan program acara. 2. Tingkat ketepatan waktu penayangan program acara. 3. Tingkat keunikan cara program acara ditayangkan. 4. Kemenarikan penayangan secara langsung 5. Tingkat kejelasan tema acara. 6. Tingkat kreativitas konsep acara. 	Ordinal	13
				Ordinal	14
				Ordinal	15
				Ordinal	16
				Ordinal	17
				Ordinal	18

		7. Siaran tunda	7. tingkat daya tarik acara siaran tunda	Ordinal	19
		8. Selebritis	8. tingkat ketepatan penggunaan selebritis.	Ordinal	20
		9. Setting studio	9. Tingkat kemenarikan setting studio	Ordinal	21
Sambungan operasionalisasi variabel					
Citra perusahaan (variabel y)	Keseluruhan kesan, gambaran, perasaan dan sikap publik terhadap produk/jasa yang dikomunikasikan oleh perusahaan melalui proses informasi dari berbagai sumber.			Ordinal	
	<i>Reputation</i>	1. Pengenalan terhadap program acara.	1. Tingkat pengenalan terhadap Program acara Indosiar	Ordinal	22
		2. Sasaran program acara	2. Tingkat ketepatan sasaran program acara	Ordinal	23
	<i>Recognition</i>	1. Kreatifitas acara baru	1. Tingkat kreatifitas dalam membuat acara baru	Ordinal	24
		2. kualitas program acara.	2. Tingkat kualitas program acara.	Ordinal	25
	<i>Affinity</i>	1. kemampuan dalam membangun hubungan dengan pemirsa.	1. Tingkat kemampuan dalam membangun hubungan dengan pemirsa.		26
		2. Harapan terhadap kualitas tayangan program acara	2. Tingkat pemenuhan harapan akan kualitas program acara .		27
		3. Slogan	3. Tingkat daya tarik Slogan		28
	<i>Brand loyalty</i>	1. alokasi	1. Tingkat		29

		waktu menonton Indosiar	alokasi waktu menonton Indosiar		
--	--	-------------------------------	---------------------------------------	--	--

3.2.3 Jenis Dan Sumber Data

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:107), yang dimaksud dengan sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data diperoleh. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Sumber data primer yaitu yang berhubungan langsung dengan objek penelitian, dalam hal ini adalah data yang diperoleh dari penyebaran kuisioener kepada pemirsa yang menonton tayangan acara di Indosiar
2. Sumber data sekunder yaitu yang tidak langsung berhubungan dengan objek penelitian, tetapi sifatnya membantu dan memberikan informasi bagi penelitian.

**TABEL 3.2
JENIS DAN SUMBER DATA**

Jenis data	Sumber data
Profil Perusahaan (data sekunder)	PT.Indosiar Visual Mandiri
Program Acara (data sekunder)	www.Indosiar.com
Jumlah Penduduk Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung (data sekunder)	Kantor Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung
Tanggapan Pemirsa mengenai Persepsi Atas Atribut Program Acara Indosiar (data primer)	Pemirsa (Konsumen)
Tanggapan pemirsa mengenai Citra PT. Indosiar Visual Mandiri (data primer).	Pemirsa (Konsumen)

3.2.4 Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling

3.2.4.1. Populasi

Dalam pengumpulan dan menganalisis suatu data, langkah yang amat penting adalah menentukan populasi terlebih dahulu. Adapun menurut Sugiyono (2002:72) mendefinisikan “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”.

Pada langkah awal peneliti harus menentukan secara jelas mengenai populasi sasaran penelitian yang disebut dengan populasi sasaran (target population), yaitu populasi yang nantinya akan menjadi cakupan kesimpulan penelitian. Jadi apabila dalam sebuah hasil penelitian dikeluarkan kesimpulan, maka menurut etika penelitian kesimpulan tersebut hanya berlaku untuk populasi sasaran yang ditentukan.

Berdasarkan pemaparan di atas maka populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung dengan rentang usia antara 15 tahun–54 tahun. Penduduk Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung dengan strata usia antara 15 tahun–54 tahun menjadi populasi sasaran penelitian dengan alasan sebagai berikut:

1. Jumlah penduduk usia antara 15 tahun – 54 tahun mewakili populasi penelitian (70 % dari populasi sasaran)
2. Sebagai sumber data primer yang dapat dipertanggungjawabkan dalam mengisi instrumen penelitian.

3. Kondisi penduduk Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung relatif homogen dengan kondisi penduduk di kelurahan lainnya di kota Bandung.

Penduduk Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung yang menjadi populasi sasaran penelitian adalah penduduk yang pernah menonton program acara dari PT. Indosiar Visual Mandiri. Penduduk di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung dengan rentang usia 15 tahun–54 tahun berukuran 6.964 jiwa yang tersebar di 6 Rukun Warga (RW).

3.2.4.2. Sampel

Untuk pengambilan sampel dari populasi agar diperoleh sampel yang *representatif* dan mewakili, maka diupayakan setiap subjek dalam populasi mempunyai peluang yang sama untuk menjadi sampel.

Menurut Suharsimi Arikunto (2002:109), yang dimaksud dengan sampel adalah “Sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan menurut Sugiyono (2002:73), yang dimaksud dengan sampel adalah “Bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tertentu”.

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi diteliti, dalam hal ini disebabkan beberapa faktor, diantaranya keterbatasan biaya, tenaga dan waktu yang tersedia. Maka dari itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut mewakili yang lain yang tidak diteliti. Menurut Sugiyono (2002:73). Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi,

misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel dari populasi harus benar-benar mewakili.

Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian dari populasi penelitian, yaitu pemirsa Indosiar yang berusia antara 15-54 tahun, bertempat tinggal di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung, dengan unit sampel yang diteliti dalam cakupan lingkungan rukun warga (RW). Responden yang dijadikan sampel penelitian dipilih secara random.

Adapun rumus yang digunakan untuk menentukan besarnya ukuran sampel yang akan diteliti adalah dengan menggunakan cara **Slovin** yaitu: ukuran sampel yang merupakan perbandingan dari ukuran populasi dengan prosentase kelonggaran ketidak telitian, karena dalam pengambilan sampel yang masih dapat ditolelir atau diinginkan. Karena penelitian ini bersifat sosial, maka taraf kesalahan ditetapkan sebesar 10 %. Adapun rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan: n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : taraf kesalahan

(Sumber: Husein Umar, 2002: 141)

Berdasarkan rumus di atas, maka dapat dihitung besarnya sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{6.964}{1 + 6.964.(0,1)^2}$$

$$n = \frac{6.964}{70,64}$$

$$n = 98,5 \approx n = \mathbf{99} \text{ orang}$$

Menurut Winarno Surakhmad (1998:100) bahwa “Untuk jaminan ada baiknya sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik”.

Adapun perhitungan jumlah sampel yang dipergunakan dalam penelitian ini, yaitu :

$$N = 6.964 ; e = 10\% = 0,1$$

$$\text{Maka: } n = 98,5 \approx 99 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka ukuran sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini dengan taraf kesalahan 10% diperoleh ukuran sampel (n) sebesar 98 orang responden. Untuk kepentingan penelitian maka sampel yang digunakan didalam penelitian ini ditambah 2 orang sehingga berjumlah 100 orang responden.

Adapun prosedur penyebaran sampel penelitian adalah sebagai berikut :

1. Ukuran sampel dengan menggunakan kriteria alokasi proporsional (proportional allocation). Dengan rumus

$$ni = \frac{Ni}{N} \times n$$

Jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang pemirsa yang tersebar pada 3

Rukun Warga :

TABEL 3.3
PENYEBARAN PROPORSI SAMPEL
PADA SETIAP RT PENELITIAN

No	RW	RT	Jumlah	Sampel	Jumlah Pemirsa
1	01	01	254	254 / 1293 x 100	20
2		02	218	218 / 1293 x 100	17
3	04	03	172	172 / 1293 x 100	13
4		05	208	208 / 1293 x 100	16

5	06	06	134	$134 / 1293 \times 100$	10
6		04	307	$307 / 1293 \times 100$	24
	Jumlah		1293		100

Sumber: Hasil Pengolahan Data 2007

2. Sampel diambil secara random dari masing masing satuan sampling sekunder.

3.2.4.3. Teknik Sampling

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:111) teknik pengambilan sampel harus dilakukan sedemikian rupa sehingga diperoleh sampel yang benar-benar dapat berfungsi sebagai contoh atau dapat menggambarkan keadaan populasi yang sebenarnya.

Teknik *Cluster Random Sampling* (sampling area) merupakan salah satu teknik pengambilan sampel yang digunakan jika populasi dalam jumlah besar dan tersebar. Teknik *Cluster Random Sampling* dilakukan dengan dua tahapan yaitu menentukan sampel daerah yang akan diteliti dan menentukan orang-orang yang ada di daerah itu secara sampling (Sugiono,2002:76).

Menurut Harun Al Rasyid (1994: 99) untuk menentukan sampel daerah dan orang dapat ditentukan langkah langkah sebagai berikut :

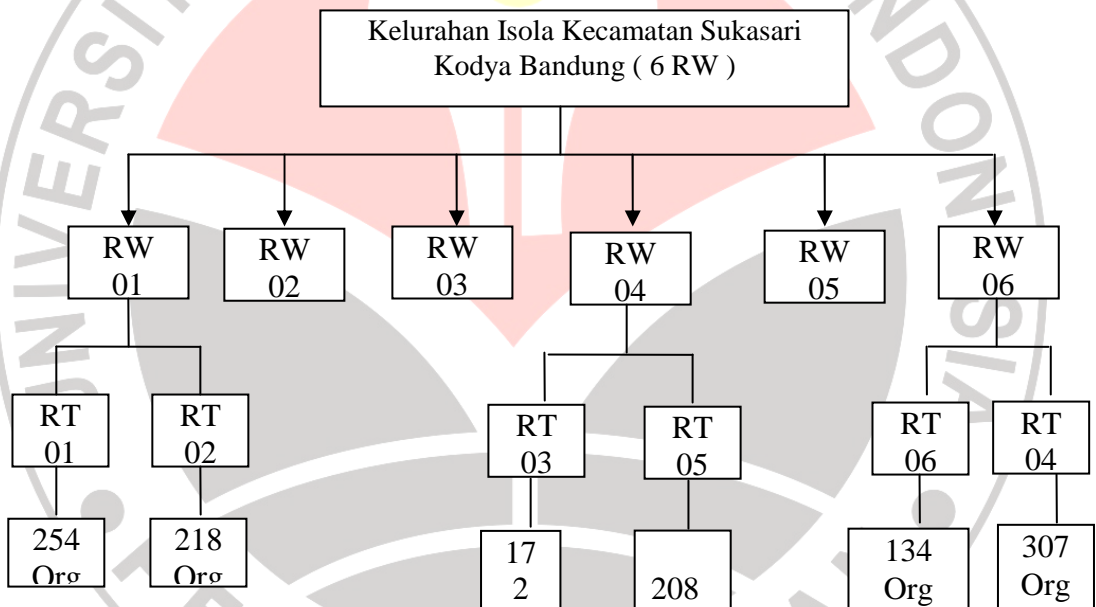
1. Membagi populasi ke dalam cluster-cluster. Cluster terbesar dalam populasi(N) disebut sebagai satuan sampling primer (SSP)
2. Dari N orang SSP akan dipilih sebanyak n orang SSP melalui *simple random sampling*. Hal ini disebut pemilihan tingkat pertama (first stage selection). SSP yang berisi satuan sampling yang lebih kecil disebut satuan sampling sekunder (SSS). Pemilihan SSS dilakukan dengan teknik *simple random*

sampling dengan syarat SSP yang terpilih paling sedikit dua SSS. Pemilihan SSS disebut juga pemilihan tingkat ke dua (*second stage sampling*)

3. Kemudian dipilih kembali dari SSS yang disebut pemilihan tingkat tiga (*three stage sampling*). Penarikan jumlah sampling disesuaikan dengan jumlah populasi yang dihitung dengan teknik *simple random sampling*.

Bagan proses sampling dengan menggunakan *Cluster Sampling Area* adalah sebagai berikut:

GAMBAR 3.1
LANGKAH-LANGKAH CLUSTER RANDOM SAMPLING



3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan suatu proses pengadaan data untuk kepentingan penelitian. Data yang telah terkumpul digunakan untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data yang dipergunakan oleh penulis adalah :

1. Wawancara

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara berkomunikasi langsung dengan responden untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

2. Kuesioner

Yaitu teknik pengumpulan data primer melalui penyebaran seperangkat kuesioner (daftar pertanyaan) yang telah disusun sedemikian rupa kepada responden yang menjadi anggota sampel penelitian

3. Studi literatur

yaitu pengumpulan data sekunder dengan cara mempelajari buku, majalah ilmiah atau jurnal, *home page/web site* guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian.

4. Observasi, yaitu dilakukan dengan meninjau dan melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti.

3.2.6 Skala Pengukuran Variabel

Penelitian ini akan menganalisis dua variabel yaitu persepsi pemirsa atas atribut program acara sebagai variabel X dan citra perusahaan sebagai variabel Y, agar setiap jawaban dapat dihitung maka setiap jawaban yang dilakukan kepada responden diberikan skor, alat ukur yang digunakan adalah Skala Likert. Seperti yang diungkapkan oleh Sugiyono (2004:86) sebagai berikut "Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang suatu fenomena sosial". Adapun menurut Kinnear yang dikutip oleh Husein Umar (2002:98) skala Likert ini berhubungan dengan pernyataan tentang

sikap seseorang terhadap sesuatu. Alternatif pernyataannya, misalnya adalah dari setuju sampai tidak setuju, senang sampai tidak senang, puas sampai tidak puas atau baik sampai tidak baik.

Pada penelitian ini digunakan skala likert dari 1 sampai dengan 5 dengan untuk mengukur pernyataan persepsi pemirsa atas atribut program acara dan citra perusahaan sesuai dengan tabel 3.4 berikut ini :

TABEL 3.4
PERNYATAAN SKALA LIKERT

SKALA LIKERT	PERNYATAAN
5	Sangat Setuju/selalu/sangat positif
4	Setuju/sering/positif
3	Ragu-ragu/kadang-kadang/netral
2	Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif
1	Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif

Sumber : Sugiyono (2004:87)

3.2.7 Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Pada suatu penelitian, data merupakan hal yang paling penting. Hal tersebut disebabkan karena data merupakan gambaran dari variabel yang diteliti serta membentuk hipotesis. Oleh karena itu benar tidaknya data akan 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 reliabel.

3.2.7.1 Pengujian Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu instrumen. Menurut Suharsimi Arikunto (2002:145) Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang berarti memiliki validitas rendah.

Adapun rumus yang digunakan untuk menghitung kevalidan dari suatu instrumen adalah rumus korelasi *product moment*, yang dikemukakan oleh Pearson seperti berikut :

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

(Suharsimi Arikunto, 2002 :146)

dimana : r = Indeks korelasi antara dua variabel yang dikorelasikan

Sedangkan pengujian keberartian koefisien korelasi (y) dilakukan dengan taraf signifikansi 5%. Rumus uji t yang digunakan sebagai berikut :

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

Keputusan pengujian validitas responden pemirsa Indosiar ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

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

Perhitungan validitas item instrumen dilakukan dengan bantuan program SPSS 11.5 *for window*. Hasil perhitungan mengenai hasil uji validitas angket yang disebar kepada 30 responden dapat dilihat pada lampiran 3 a.

Berdasarkan jumlah angket yang diuji kepada sebanyak 30 responden dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (dk) $n-2$ ($30-2=28$) maka didapat nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Berdasarkan data validitas dalam lampiran 3a dapat diketahui bahwa instrumen yang diajukan kepada responden dapat dikatakan valid, karena setiap pernyataan memiliki r_{hitung} yang lebih besar daripada r_{tabel} ,

sehingga instrumen penelitian tersebut dapat dijadikan sebagai alat ukur terhadap permasalahan yang sedang diteliti.

Pada pengukuran validitas variabel persepsi atas atribut program acara terlihat bahwa nilai validitas tertinggi terdapat pada item soal no 4 dan 14 yaitu sebesar 0,9403 sedangkan butir soal terendah terdapat pada item no 11 dengan nilai sebesar 0,6207 (lampiran 3a)

Pada instrumen variabel citra perusahaan nilai validitas tertinggi terdapat pada item soal no 31 dengan nilai 0,9003 sedangkan nilai terendah pada variabel citra perusahaan terdapat pada item soal no 28 dan 30 dengan nilai 0,7359 (lampiran 3a).

3.2.7.2 Pengujian 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 adalah menunjukkan suatu Pengertian bahwa suatu intrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah baik. Reliabilitas menunjukkan tingkat keterandalan tertentu (Suharsimi Arikunto, 2002)

Pengujian reliabilitas instrumen dengan rentang skor antara 1-5 menggunakan rumus *Cronbach alpha*, yaitu:

$$\boxed{\phantom{\alpha = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n r_{ii} - \frac{(\sum_{i=1}^n r_{ii})^2}{n^2}}}$$

$$r_{11} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right) \quad (\text{Husein Umar, 2002:146})$$

Keterangan:

- r_{11} = 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:

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

(Husein Umar, 2002:147)

Keputusan uji reliabilitas ditentukan dengan ketentuan sebagai berikut :

- 1) Jika koefisien internal seluruh item ($r_i \geq r_{tabel}$) dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan reliabel.
- 2) Jika koefisien internal seluruh item ($r_i < r_{tabel}$) dengan tingkat signifikansi 5% maka item pertanyaan dikatakan tidak reliabel.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi menurut Suharsimi Arikunto (2002:245) dapat dilihat pada Tabel 3.5 sebagai berikut :

TABEL 3.5
INTERPRETASI MENGENAI BESARNYA KOEFISIEN
KORELASI

Antara 0.800 – 1.000	reliabilitas sangat tinggi
----------------------	----------------------------

Antara 0.600 – 0.800	reliabilitas tinggi
Antara 0.400 – 0.600	reliabilitas cukup
Antara 0.200 – 0.400	reliabilitas rendah
Antara 0.000 – 0.200	reliabilitas sangat rendah

Sumber: Suharsimi Arikunto (2002)

Perhitungan validitas dan reliabilitas pertanyaan dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS 11,5 for window. Adapun langkah-langkah menggunakan SPSS 11.5 for window sebagai berikut:

- 1) Memasukkan data variable X dan variable Y setiap item jawaban responden atas nomor item pada data view.
- 2) Klik variable view, lalu isi kolom *name* dengan variable-variabel penelitian (misalnya X, Y) *width*, *decimal*, *label* (isi dengan nama-nama atas variable penelitian), *coloum*, *align*, (*left*, *center*, *right*, *justify*) dan isi juga kolom *measure* (skala: ordinal).
- 3) Kembali ke data *view*, lalu klik *analyze* pada toolbar pilih *Reliability Analyze*
- 4) Pindahkan variabel yang akan diuji atau klik Alpha, OK.
- 5) Akan dihasilkan output, apakah data tersebut valid serta reliabel atau tidak dengan membandingkan data t- hitung dengan data t- tabel.

berdasarkan hasil pengujian instrumen diketahui bahwa semua variabel penelitian reliabel. Nilai r hitung untuk variabel Persepsi Pemirsa Atas Atribut Program Acara sebesar 0,9852 dan Citra Perusahaan sebesar 0,9449. Menurut Suharsimi Arikunto nilai r hitung variabel Persepsi Pemirsa Atas Atribut Program Acara sebesar 0,9852 dan Citra Perusahaan sebesar 0,9449 ada dalam kategori reliabilitas sangat tinggi Semua variabel penelitian dikatakan reliabel karena nilai

r_{hitung} variabel Persepsi Pemirsa Atas Atribut Program Acara sebesar 0,9852 dan Citra Perusahaan sebesar 0,9449 lebih besar dibandingkan dengan r_{tabel} yang bernilai 0,374 (lampiran 3b)

3.2.8 Teknik Analisis Data

3.2.8.1 Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket. Angket disusun oleh penulis dengan berdasarkan variabel yang ada dalam penelitian, yaitu angket untuk mengungkapkan data mengenai pengaruh persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan pada PT. Indosiar Visual Mandiri (survei pada pemirsa Indosiar di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kodya Bandung).

Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y. Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan analisis data dalam penelitian ini adalah :

1. Menyusun data

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

2. Tabulasi data

Tabulasi data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah:

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

- Menganalisis data yaitu proses pengolahan data dengan menggunakan rumus-rumus statistik, menginterpretasi data agar diperoleh suatu kesimpulan.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel, yaitu persepsi pemirsa atas atribut program acara sebagai variabel bebas (X), dan citra perusahaan sebagai variabel terikat (Y). Untuk setiap pernyataan dari angket diberi 5 kategori sebagai berikut :

TABEL 3.6
SKOR TIAP ITEM PERTANYAAN

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju/ Sangat Baik/Sangat Tinggi/ Sangat Lama	5
Setuju/Baik/Tinggi/Lama	4
Kurang Setuju/Cukup Baik/Cukup	3
Tidak Setuju/Tidak Baik/Tidak Lama/Rendah	2
Sangat Tidak Setuju/Sangat Tidak Baik/ Sangat Rendah/Sangat Tidak lama	1

Sumber: Sugiyono (2002:87)

3.2.8.2 Analisis Korelasi

Hubungan dua variabel terdiri dari dua macam yaitu hubungan positif dan hubungan negatif. Hubungan X dan Y dikatakan positif apabila kenaikan (penurunan) X pada umumnya diikuti oleh kenaikan (penurunan) Y. Ukuran yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y yang dipakai untuk mengetahui kuat atau tidaknya hubungan antara X dan Y disebut koefisien korelasi (r). Nilai koefisien korelasi paling sedikit -1 dan paling besar 1 artinya jika:

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

Penentuan koefisien korelasi (r) dalam penelitian ini menggunakan *Pearson's Product Moment Coefficient of Correlation*. X dikatakan mempengaruhi Y, jika berubahnya nilai X akan menyebabkan adanya perubahan nilai Y, artinya naik turunnya X akan membuat nilai Y juga naik turun, dengan demikian nilai Y ini akan bervariasi. Namun nilai Y bervariasi tersebut tidak semata-mata disebabkan oleh X, karena masih ada faktor lain yang menyebabkan berubahnya nilai Y.

Untuk dapat memberi interpretasi terhadap kuatnya hubungan antara variabel X dan Y, maka dapat digunakan pedoman yang tertera pada tabel di bawah ini.

TABEL 3.7
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 (2002:183)

3.2.8.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Karena penelitian ini hanya menganalisis dua variabel saja maka digunakan teknik analisis regresi linier sederhana, sedangkan teknik tersebut membutuhkan data sekurang-kurangnya berskala interval. Oleh sebab itu data ordinal yang diperoleh akan ditransformasi menjadi skala interval. Setelah

ditransformasikan menjadi skala interval dengan menggunakan *Method Of Successive Interval*, kemudian dilanjutkan dengan analisis regresi linier sederhana.

Penelitian ini hanya terdiri atas dua variabel yaitu variabel persepsi pemirsa atas atribut program acara (X) dan citra perusahaan (Y), maka bentuk persamaan regresi Y atas X adalah:

$$Y' = a + bx$$

Dimana:

a = Y pintasan (nilai Y' bila x=0)

b = Kemiringan dari garis regresi (kenaikan atau penurunan Y' untuk setiap perubahan satu satuan atau koefisien regresi, mengukur besarnya pengaruh X terhadap Y jika X naik satu unit).

X = Nilai tertentu dari variabel bebas

Y = Nilai yang diukur dari variabel terikat

Langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis regresi adalah sebagai berikut:

- a. Mencari harga-harga yang akan digunakan dalam menghitung koefisien a dan b, yaitu: $\sum X_i$, $\sum Y_i$, $\sum X_i Y_i$, $\sum X_i^2$, $\sum Y_i^2$, dan
- b. Mencari koefisien regresi a dan b dengan rumus yang dikemukakan Sudjana (1996:315) sebagai berikut:

Nilai dari a dan b pada persamaan regresi linier dapat dihitung dengan rumus

$$a = \frac{(\sum Y_i)(\sum X_i^2) - (\sum X_i)(\sum X_i Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2} \quad \text{atau } y = a + bx$$

$$b = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2}$$

Untuk mengetahui besarnya kontribusi dari X terhadap naik turunnya nilai Y dihitung dengan suatu koefisien yang disebut koefisien determinasi (r^2), dimana;

$$(r^2) = \frac{b \{ n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i) \}}{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2}$$

(Sudjana, 1996:370)

Adapun untuk mengetahui pengaruh dapat diklasifikasikan menurut standar Guilford (1956:145) sebagaimana yang dikutip oleh Ruliyanti (2003:74) yaitu sebagai berikut:

TABEL 3.8
PEDOMAN UNTUK MEMBERIKAN KLASIFIKASI
PENGUJIAN PENGARUH

Besar Koefisien	Klasifikasi
<20	Sangat Rendah/lemah dapat diabaikan
0,20-0,40	Rendah/lemah
0,40-0,70	Sedang
0,70-0,90	Tinggi/Kuat
0,90-1,00	Sangat Tinggi/Sangat Kuat

Sumber: Ruliyanti (2003:74)

Rancangan Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Koefisien Korelasi

Untuk menguji keberartian koefisien korelasi antara variabel X dan Y dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} yaitu dengan menggunakan rumus distribusi student ($t_{student}$). Rumus dari *distribusi student* adalah:

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

(Sudjana, 2001:62)

keterangan:

t = distribusi student

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan dk (n-2) serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan. Secara statistik, hipotesis yang akan diuji dalam rangka pengambilan keputusan penerimaan atau penolakan hipotesis dapat ditulis sebagai berikut :

$H_o : \rho \leq 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang positif antara persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan pada PT. Indosiar Visual Mandiri.

$H_a : \rho > 0$, artinya terdapat pengaruh yang positif antara persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan pada PT. Indosiar Visual Mandiri.

Berdasarkan hasil perhitungan, maka $t_{hitung} = 15,022 > t_{tabel} = 1,987$ artinya hipotesis nol (H_0) ditolak, dengan kata lain hipotesis yang diajukan penulis

diterima yaitu: citra perusahaan dipengaruhi secara positif oleh persepsi atas atribut program acara.

2. Uji Kolinieran Regresi

Menguji β_1 adalah untuk memeriksa apakah dalam populasi memang ada hubungan linier antara Y dengan X. statistik uji yang dipergunakan (Draper and Smith, 1981):

$$t = \frac{b_1}{s(b_1)}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:21)

Keterangan:

b_i = Koefisien Regresi

s = Standar Error

Nilai b_1 didapat dengan rumus:

$$b_1 = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - \frac{\sum_{i=1}^n X_i \sum_{i=1}^n Y_i}{n}}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:18)

Nilai $s(b_1)$ didapat dengan rumus:

$$s(b_1) = \sqrt{s^2(b_1)} = \frac{s_{Y/X}^2}{\sum_{i=1}^n X_i^2 - \frac{\left(\sum_{i=1}^n X_i\right)^2}{n}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:20)

Keterangan:

$S(b_1)$ = standar error untuk b_1

Secara statistik pengujian hipotesis kelinieran regresi adalah:

a. $H_0 : \rho \leq 0$, koefisien arah regresi tidak linier

Artinya tidak terdapat pengaruh signifikan yang positif persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan pada PT. Indosiar Visual Mandiri..

b. $H_a : \rho > 0$, koefisien arah regresi linier

Artinya terdapat pengaruh signifikan yang positif antara persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan pada PT. Indosiar Visual Mandiri..

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah:

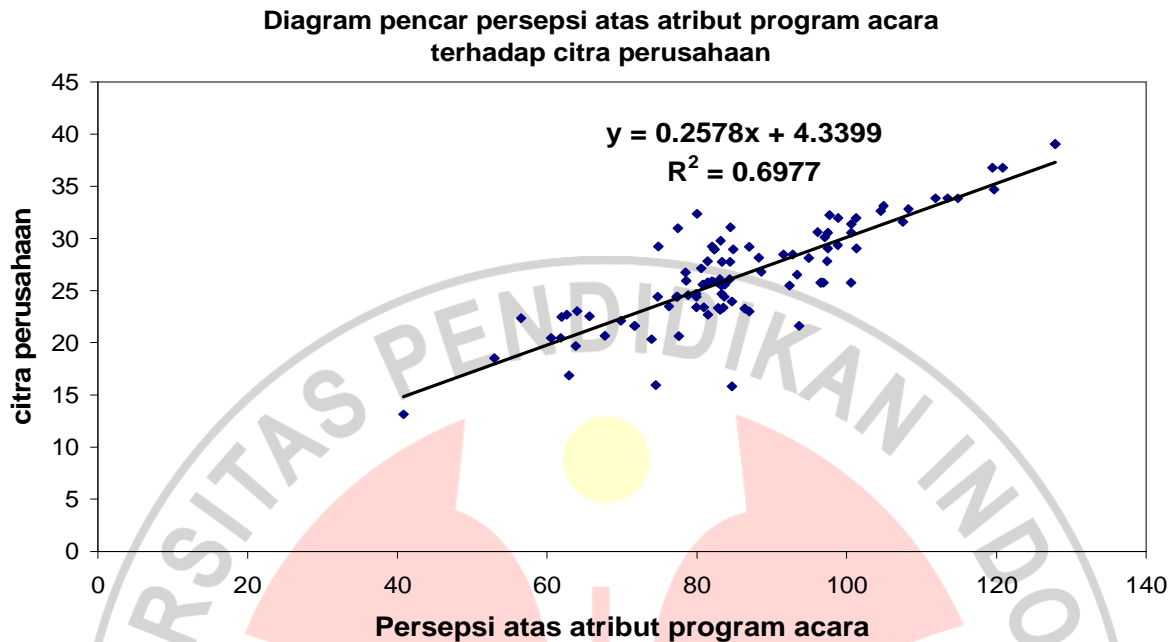
a. Jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

b. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Berdasarkan hasil perhitungan, maka diperoleh $b_i = 0,258$ $s(b_i) = 0.022$ hingga diperoleh (t_{hitung} sebesar = 15,022 sedangkan dalam t_{tabel} pada taraf signifikansi = 0,05 dengan derajat kebebasan (dk) $N - 2 = 100 - 2 = 98$, tidak ditemukan sehingga dicari melalui interpolasi diperoleh t_{tabel} sebesar 1,987

Dengan demikian, maka $t_{beta} = 11,541 > t_{tabel} = 1,987$ artinya hipotesis nol (H_0) ditolak, dengan kata lain hipotesis yang diajukan penulis diterima yaitu: terdapat hubungan yang linear antara persepsi pemirsa atas atribut program acara terhadap citra perusahaan

3) Diagram Pencar



Pada diagram pencar, terdapat gambaran secara kasar bahwa pola hubungan variabel Y (Citra Perusahaan) atas variabel X (Persepsi pemirsa atas atribut program acara) adalah pola hubungan linier, maka cukup beralasan mengatakan bahwa model hubungan ini adalah model regresi linier sederhana, yaitu: $Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$. Dari sampel model yang dipergunakan adalah: $Y = b_0 + b_1 X + e$. Kovariansi antara X dan Y sifatnya searah, dalam arti bahwa apabila X berubah makin besar maka Y pun berubah makin besar atau apabila X berubah makin kecil, maka Y pun berubah makin kecil. Kovariansi antara kedua variabel itu disebut kovariansi positif, hal ini mengisyaratkan hubungan antar variabel positif.

4) Uji Titik Terpencil

Setelah menggambarkan hasil pengamatan dalam diagram pencar dan sudah bisa menentukan pola garis lurus, maka langkah selanjutnya adalah

memperhatikan apakah pada diagram pencar ada titik yang letaknya terpencil.

Statistik uji yang digunakan adalah:

$$t = \frac{Y - \hat{Y}}{s_{Y - \hat{Y}}}$$

(Nirwana SK Sitepu, 1994:19)

Berdasarkan statistik uji tersebut, pada pengujian titik terpencil hipotesis didapat $t_{hitung} = 0,0686$ (lampiran 4) yang artinya tidak terdapat titik terpencil pada hipotesis sehingga tidak ada data yang perlu dikeluarkan dari analisis karena $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,0686 < 1,98733$).

