

BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Subjek yang dijadikan responden dalam penelitian ini adalah Pemirsa Televisi Pendidikan Indonesia di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kota Bandung. Alasan mengapa dipilih Kelurahan Isola karena disesuaikan dengan segmen TPI, yaitu Ibu Rumah Tangga dan masyarakat dengan strata ekonomi golongan ekonomi menengah ke bawah.

Objeknya terdiri dari variabel X dan variabel Y. Variabel bebas atau *independent variable* (X) dalam penelitian ini adalah Pengembangan Program Acara yang terdiri dari indikator *relative advantage*, *compatibility*, *complexity*, dan *observability*. Sedangkan variabel terikatnya atau *dependent variable* (Y) adalah Citra Perusahaan yang terdiri dari indikator *reputation*, *recognition*, *affinity*, dan *brand loyalty*.

3.2. Metode dan Desain Penelitian

3.2.1. Metode Penelitian

Metode penelitian dipakai agar mempermudah langkah-langkah penelitian sehingga masalah dapat diselesaikan. Mohammad Nazir (2003:44) mengemukakan

bahwa dengan memilih suatu metode penelitian, maka peneliti akan mendapatkan panduan tentang urutan-urutan bagaimana penelitian dilakukan.

Berdasarkan variabel-variabel yang diteliti maka jenis penelitian dari penelitian ini adalah penelitian *deskriptif* dan *verifikatif*. Mohammad Nazir (2003:54) mengemukakan bahwa :

Metode *deskriptif* adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian *deskriptif* ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Sedangkan menurut pendapat Naresh K. Malhotra (2005: 93) penelitian *deskriptif* adalah suatu jenis riset konklusif yang mempunyai tujuan utama menguraikan sesuatu, biasanya karakteristik atau fungsi pasar. Dalam penelitian ini akan diperoleh tanggapan responden terhadap pengembangan program acara TPI serta citra TPI.

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

Berdasarkan jenis penelitiannya yaitu penelitian *deskriptif* dan *verifikatif* maka metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey explanatory*, yaitu penelitian survei yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal dan pengujian hipotesis. Menurut pendapat Naresh K. Malhotra (2005: 196) metode survei adalah kuesioner yang terstruktur yang diberikan kepada responden yang dirancang untuk mendapatkan informasi spesifik.

Penelitian ini juga dilakukan dengan menggunakan *cross sectional method*, karena dilaksanakan dalam kurun waktu yang tidak berkesinambungan dan panjang (kurang dari satu tahun), yaitu dari Juli 2008 sampai dengan November 2008. Menurut pendapat Naresh K. Malhotra (2005: 95) metode *cross sectional* adalah satu jenis rancangan penelitian yang terdiri dari pengumpulan informasi mengenai sampel tertentu dari elemen populasi hanya satu kali.

3.2.2. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan rencana, struktur, dan strategi. Sebagai rencana dan struktur, desain penelitian merupakan perencanaan penelitian, yaitu penjelasan secara rinci tentang keseluruhan rencana penelitian mulai dari perumusan masalah, tujuan, gambaran pengaruh antar variabel, perumusan hipotesis sampai rancangan analisis data. Sebagai strategi, desain penelitian merupakan penjelasan rinci tentang apa yang akan dilakukan peneliti dalam rangka pelaksanaan penelitian. Nazir (2003:99) mengatakan bahwa “Desain penelitian harus mengikuti metode penelitian”.

Masalah yang menjadi inti dalam penelitian ini memiliki ketergantungan antara yang satu dengan yang lainnya. Penelitian ini sendiri menguji tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependennya. Maka dari itu, desain penelitiannya bersifat kausal.

Desain kausalitas ini tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi, mana variabel yang dipengaruhi. Hal ini sesuai dengan yang dikatakan oleh Malhotra (2005:100) bahwa desain kausalitas tujuan utamanya adalah untuk mendapatkan bukti mengenai hubungan sebab akibat.

Maka desain kausalitas pada penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengembangan program acara terhadap citra TPI.

3.3. Operasionalisasi Variabel

Dalam penelitian ini membahas dua variabel yaitu variabel pengembangan program acara televisi sebagai variabel independen atau variabel bebas dan citra sebagai variabel dependen atau variabel terikat. Secara lebih rinci operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
Pengembangan Program Acara (variabel X)	Strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan pemirsanya (Morissan, 2005:97)				
		<i>Relative Advantage:</i> Keunggulan produk/program acara yang sudah ada (Lamb, 2001:463)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat daya tarik program acara Program Informasi Program Hiburan Tingkat kesesuaian waktu tayang program acara dengan penayangannya di televisi Program Informasi Program Hiburan Tingkat kemenarikan judul program acara Program Informasi Program Hiburan Tingkat ketepatan pemilihan artis dalam program informasi Program Informasi Program Hiburan 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	1 2 3 4 5 6 7 8
		<i>Compatibility:</i> Kesesuaian program acara dengan nilai dan pengalaman perorangan dalam masyarakat (Lamb, 2001:463)	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kesesuaian program acara dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat Program Informasi Program Hiburan Tingkat kesesuaian program acara dengan pengalaman masyarakat Program Informasi Program Hiburan Tingkat kesesuaian program acara dengan keinginan masyarakat Program Informasi Program Hiburan Tingkat kesesuaian program acara dengan segmen pemirsa TPI (masyarakat menengah kebawah) Program Informasi Program Hiburan 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	9 10 11 12 13 14 15 16
		<i>Complexity:</i> Kerumitan/kesukaran program acara untuk	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kerumitan pemahaman alur program acara Program Informasi Program Hiburan 	Ordinal Ordinal	17 18

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
		dimengerti (Lamb, 2001:463)			
		<i>Observability:</i> Kemampuan program acara untuk dapat diamati dan dijelaskan kepada orang lain atas manfaat yang diperoleh (Lamb, 2001:463)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan program acara dalam memberikan manfaat untuk pemirsa Program Informasi Program Hiburan • Tingkat kemudahan penyampaian manfaat program acara kepada pemirsa lain Program Informasi Program Hiburan 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	19 20 21 22
Citra Perusahaan (variabel Y)	Total persepsi terhadap suatu objek, yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. (Sutisna, 2004:83)				
		<i>Reputations:</i> Kekuatan Brand perusahaan dikenal oleh pemirsa (Poon, 2000:28)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengenalan terhadap nama TPI • Tingkat peranan TPI dalam memberi informasi dan menghibur pemirsa • Tingkat prestasi TPI 	Ordinal Ordinal Ordinal	23 24 25
		<i>Recognition:</i> Nilai perusahaan dalam persepsi pemirsa (Poon, 2000:28)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kemampuan TPI bersaing dengan stasiun televisi lain • Tingkat kualitas program acara TPI dalam persepsi pemirsa • Tingkat kemampuan sumber daya manusia TPI (misalnya artis, produser, crew, pembawa acara, dll) • Tingkat kemampuan teknik siaran TPI 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal	26 27 28 29
		<i>Affinity:</i> Emotional relationship yang terjadi antara perusahaan dengan pemirsa (Poon, 2000:28)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kepercayaan pemirsa terhadap TPI • Tingkat harapan terhadap kinerja TPI dimasa yang akan datang 	Ordinal Ordinal	30 31
		<i>Brand loyalty:</i> Kesetiaan pemirsa	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesetiaan menonton program acara TPI • Tingkat kepuasan akan program acara TPI 	Ordinal Ordinal	32 33

Variabel	Konsep	Indikator	Ukuran	Skala	No. item
1	2	3	4	5	6
		menggunakan produk/jasa perusahaan (Poon, 2000:28)			

3.4. Sumber Data, Alat Pengumpulan Data, Populasi, Sampel dan Teknik

Penarikan Sampel

3.4.1. Sumber Data

Data dalam penelitian ini dapat dibedakan menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden secara langsung yang dikumpulkan melalui survei lapangan dengan menggunakan alat pengumpulan data tertentu yang dibuat secara khusus untuk itu dan data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain atau lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.

A. Data Primer

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data primer adalah seluruh data yang diperoleh dari kuesioner yang disebarakan kepada sejumlah responden yang sesuai dengan target sasaran dan dianggap mewakili seluruh populasi data penelitian, yaitu Pemirsa Televisi Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kota Bandung.

B. Data Sekunder

Data sekunder ini berfungsi sebagai pelengkap data primer. Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai literatur, situs internet, buku-buku dan catatan yang berkaitan erat dengan masalah yang sedang diteliti.

Untuk lebih jelasnya mengenai data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini, maka penulis mengumpulkan dan menyajikannya dalam tabel berikut:

Tabel 3.2
Jenis Dan Sumber Data

Tujuan Penelitian	Data Penelitian	Jenis Data		Sumber Data
		Sekunder	Primer	
Tanggapan responden mengenai pelaksanaan pengembangan program acara TPI	1. Tabel Pelanggaran Siaran	✓		Analisa Tim Independent KPI, www.kpi.com Desember 2007 Analisa Tim Independent KPI, www.kpi.com Desember 2007 Responden
	2. Teguran yang dilayangkan kepada TPI	✓		
	3. Tanggapan responden mengenai pengembangan program acara TPI		✓	
Tanggapan responden mengenai citra TPI	4. Perkembangan stasiun televisi nasional di Indonesia	✓		Hazeman, www.indoskripsi.com 02/04/2008 www.wikipedia.com 19/01/2008 AC Nielsen Media Research AC Nielsen Media Research Global Mediacom Zubaedi M.Ag M.Pd, Suara Merdeka 17/2/2008 Penaka Kemala Tedja, Suara Warga 22/05/2008 Responden
	5. Rata-rata <i>audience share</i> tahun 2006 dan 2007	✓		
	6. Belanja iklan televisi tahun 2007	✓		
	7. IMAC Award 2008	✓		
	8. Citra TPI yang menurun	✓		
	9. Tanggapan responden mengenai citra perusahaan		✓	

Tujuan Penelitian	Data Penelitian	Jenis Data		Sumber Data
		Sekunder	Primer	
Pengaruh pelaksanaan pengembangan program acara terhadap citra televisi menurut responden pemirsa TPI	10. Jumlah penduduk kelurahan Isola, Bandung 11. Tanggapan responden mengenai pengaruh pelaksanaan pengembangan program acara terhadap citra TPI	✓	✓	Kantor Kelurahan Isola, Bandung Responden

3.4.2. Alat Pengumpulan Data

Alat atau teknik pengumpulan data merupakan suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data. Adapun alat pengumpulan data yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Studi Literatur

Pengumpulan data dengan cara mempelajari buku, makalah, majalah ilmiah, guna memperoleh informasi yang berhubungan dengan teori-teori dan konsep-konsep yang berkaitan dengan masalah penelitian yang terdiri dari pengembangan program acara dan citra TPI.

B. Penelusuran Internet

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

C. Kuesioner

Dilakukan dengan menyebarkan seperangkat daftar pertanyaan tertulis kepada responden (sampel penelitian). Dalam kuesioner ini penulis mengemukakan beberapa pertanyaan yang mencerminkan pengukuran indikator dari variabel (X) pengembangan program acara, dan variabel (Y) citra perusahaan.

Langkah-langkah penyusunan kuesioner adalah sebagai berikut:

1. Menyusun kisi-kisi kuesioner atau daftar pertanyaan.
2. Merumuskan butir-butir pertanyaan dan alternatif jawaban. Jenis instrumen yang digunakan dalam kuisisioner merupakan instrumen yang bersifat tertutup, yaitu seperangkat daftar pertanyaan tertulis dan disertai dengan alternatif jawaban yang telah disediakan, sehingga responden hanya memilih jawaban yang tersedia.
3. Menetapkan kriteria pemberian skor bagi setiap item pertanyaan. Pada penelitian ini setiap pendapat responden atas pertanyaan diberi nilai dengan Skala *Likret*.

Skor Item Pertanyaan

Pertanyaan	Bobot
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: Sugiono (2008:133)

D. Wawancara

Dilakukan kepada Dinas Kependudukan Kota Bandung dan Kelurahan Isola untuk memperoleh data populasi, kepada responden untuk memperoleh pendalaman informasi, dan kepada TPI untuk memperoleh informasi mengenai pengembangan program acaranya.

3.4.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel

A. Populasi

Malhotra (2005:364) mengemukakan bahwa “Populasi adalah gabungan seluruh elemen yang memiliki serangkaian karakteristik serupa, yang mencakup semesta untuk kepentingan masalah riset pemasaran”. Sedangkan Menurut Sugiyono (2008 : 115), menyatakan bahwa “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”.

Kecamatan Sukasari terdiri dari 4 kelurahan yaitu Kelurahan Isola, Kelurahan Geger Kalong, Kelurahan Sarijadi dan Kelurahan Sukarasa. Penduduk Kelurahan Isola 53,25% adalah wanita dan 46,74% adalah laki-laki. Kemudian 72,95% penduduk Kelurahan Isola hanya berjenjang pendidikan tidak/belum sekolah sampai SMA, sisanya 26,94% berjenjang pendidikan sarjana. Ketika dibandingkan antara 4 kelurahan di Kecamatan Sukasari dilihat dari segi segmen

TPI, maka kelurahan Isola yang paling tepat menjadi populasi dalam penelitian ini.

Penduduk Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kota Bandung berjumlah 10.016 jiwa yang tersebar di enam Rukun Warga (RW). Populasi sasaran dalam penelitian ini yaitu penduduk yang menonton program acara Televisi Pendidikan Indonesia (TPI).

B. Sampel

Dalam suatu penelitian tidak mungkin semua populasi dapat diteliti, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, diantaranya karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu yang tersedia. Maka itulah peneliti diperkenankan mengambil sebagian dari objek populasi yang telah ditentukan, dengan catatan bagian yang diambil tersebut dapat mewakili yang lainnya. Pengambilan sebagian subjek dari populasi dinamakan sampel. Suharsimi Arikunto (2006:117) mengemukakan “Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti”. Sedangkan pengertian sampel itu sendiri menurut Sugiyono (2008 : 91), adalah “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”.

Untuk menentukan sampel dari populasi yang telah ditetapkan, perlu dilakukan suatu pengukuran yang dapat menghasilkan jumlah n . Husain Umar (2002:59), mengemukakan bahwa ukuran sampel dari suatu populasi dapat menggunakan bermacam-macam cara, salah satunya adalah dengan menggunakan teknik Slovin dengan rumus sebagai berikut.

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

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran populasi

e : Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang dapat ditolerir

Berdasarkan rumus Slovin, maka ukuran sampel pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{6.842}{(1+6.842)(0,1)^2}$$

$$n = 99,98 \approx 99$$

Untuk mempermudah perhitungan, maka jumlah sampel yang ditarik adalah minimal sebesar 100 responden. Jadi, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen yang dijadikan responden.

Adapun prosedur penyebaran sampel penelitian, pertama adalah ukuran sampel dengan menggunakan kriteria alokasi proporsional. Kemudian sampel diambil secara *random* dari masing-masing satuan sampling sekunder. Rumus yang digunakan dalam alokasi proporsional yaitu:

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

Jumlah sampel yang diambil adalah 100 orang pemirsa yang tersebar pada 3 rukun warga.

Tabel 3.4
Penyebaran Proporsi Sampel Pada Setiap RW

No	RW	Jumlah	Sampel	Jumlah Pemirsa
1	04	2.395	$\frac{2395}{6842} \times 100$	35
2	05	1.296	$\frac{1296}{6842} \times 100$	19
3	06	3.151	$\frac{3151}{6842} \times 100$	46
Jumlah		6.842		100

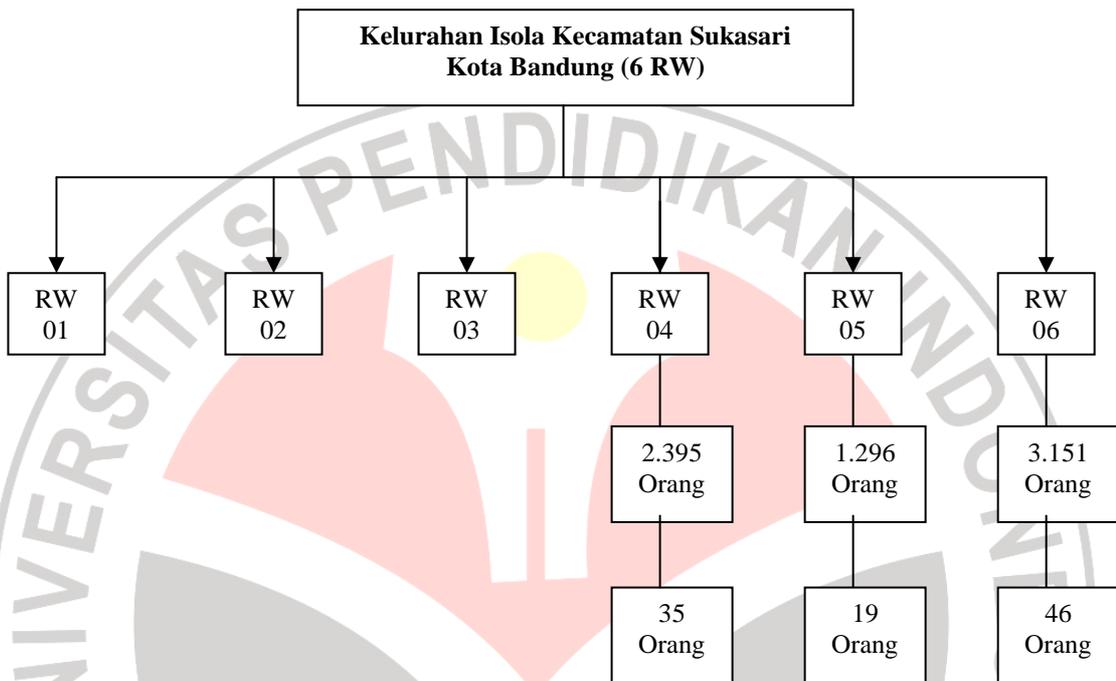
Sumber: Hasil Pengolahan Data, Maret 2008

C. Teknik Penarikan Sampel

Teknik sampling merupakan teknik pengambilan sampel atau sebagian elemen populasi untuk memahami karakteristik dari keseluruhan populasi. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 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 daerah itu secara sampling. 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*.

3. Kemudian dipilih kembali dari SSP yang disebut pemilihan tingkat tiga (*three stage sampling*). Penarikan jumlah sampling disesuaikan dengan jumlah populasi yang dihitung dengan teknik *Simple Random Sampling*.



Gambar 3.1
Langkah-Langkah Teknik *Cluster Random Sampling*

3.5. Rancangan Analisis Data dan Uji Hipotesis

3.5.1. Rancangan Analisis Data

Mengingat pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner, maka kesungguhan responden dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan merupakan hal yang sangat penting dalam penelitian ini. Setelah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner terkumpul, langkah selanjutnya adalah mengolah dan menafsirkan data sehingga dari hasil tersebut dapat dilihat apakah

terdapat pengaruh pengembangan program acara (X) terhadap citra perusahaan (Y). Dalam melaksanakan pengolahan data ini prosedur yang digunakan adalah sebagai berikut:

Prosedur yang digunakan dalam pengolahan data adalah sebagai berikut:

1. Mengecek lembar jawaban yang telah diisi oleh responden untuk mengetahui kelengkapan hasil jawaban responden yang akan menentukan layak tidaknya lembar jawaban tersebut diolah lebih lanjut.
2. Menghitung bobot nilai dengan menggunakan Skala *Likert* dalam lima pilihan jawaban.
3. Rekapitulasi nilai angket variabel X dan variabel Y.
4. Tahap uji coba kuesioner. Untuk menguji layak atau tidaknya kuesioner yang disebar kepada responden, maka penulis melakukan dua cara uji yaitu uji *validitas* dan uji *reliabilitas*.

A. Pengujian Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner yang disebar. Dalam uji *validitas* digunakan metode koefisien *Korelasi Product Moment Pearson* dengan rumus:

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

(Suharsimi Arikunto, 2006:274)

Keterangan:

- r = Koefisien validitas item yang dicari
 X = Skor yang diperoleh subjek dari seluruh item
 Y = Skor total
 $\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

- $\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y
 $\sum X^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi X
 $\sum Y^2$ = Jumlah Kuadrat dalam skor distribusi Y
 n = Banyaknya responden

Keputusan pengujian validitas responden menggunakan taraf signifikansi sebagai berikut :

1. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar atau sama dengan r_{tabel} ($r_{hitung} \geq r_{tabel}$).
2. Item pertanyaan-pertanyaan responden penelitian dikatakan tidak valid jika r_{hitung} lebih kecil dari r_{tabel} ($r_{hitung} < r_{tabel}$).

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan pada setiap item pertanyaan, yang terdiri dari 33 item. Hasil pengujian validitas instrumen untuk setiap item pertanyaan dalam penelitian ini diperlihatkan pada tabel 3.5

Tabel 3.5
Hasil Pengujian Validitas Instrumen Penelitian

Variabel	No	Pertanyaan	r_{hitung}	$r_{(x-i)}$	r_{tabel}	Ket
Pengembangan Program Acara (variabel x)	1	Tingkat daya tarik program informasi	0.639508	0.621648	0,374	Valid
	2	Tingkat daya tarik program hiburan	0.63605	0.613831	0,374	Valid
	3	Tingkat kesesuaian waktu tayang program informasi dengan penayangannya di televisi	0.629919	0.602852	0,374	Valid
	4	Tingkat kesesuaian waktu tayang program hiburan dengan penayangannya di televisi	0.587162	0.556534	0,374	Valid
	5	Tingkat kemenarikan judul program informasi	0.547561	0.51042	0,374	Valid
	6	Tingkat kemenarikan judul program hiburan	0.607072	0.590338	0,374	Valid
	7	Tingkat ketepatan pemilihan artis dalam program informasi	0.636092	0.619324	0,374	Valid
	8	Tingkat ketepatan pemilihan artis dalam program hiburan	0.650704	0.598999	0,374	Valid
	9	Tingkat kesesuaian program informasi dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat	0.488672	0.457646	0,374	Valid
	10	Tingkat kesesuaian program hiburan dengan nilai-nilai yang dianut masyarakat	0.60312	0.571749	0,374	Valid
	11	Tingkat kesesuaian program informasi dengan pengalaman masyarakat	0.717615	0.651366	0,374	Valid
	12	Tingkat kesesuaian program hiburan dengan pengalaman masyarakat	0.558923	0.526444	0,374	Valid
	13	Tingkat kesesuaian program informasi dengan keinginan masyarakat	0.63214	0.622537	0,374	Valid
	14	Tingkat kesesuaian program hiburan dengan keinginan masyarakat	0.744597	0.735932	0,374	Valid

Variabel	No	Pertanyaan	r_{hitung}	$r_{i(x-i)}$	r_{tabel}	Ket
Citra Perusahaan (variabel y)	15	Tingkat kesesuaian program informasi dengan segmen pemirsa TPI (masyarakat menengah kebawah)	1.120327	1.258667	0,374	Valid
	16	Tingkat kesesuaian program hiburan dengan segmen pemirsa TPI (masyarakat menengah kebawah)	0.513375	0.479319	0,374	Valid
	17	Tingkat kerumitan pemahaman alur program informasi	0.603821	0.585649	0,374	Valid
	18	Tingkat kerumitan pemahaman alur program hiburan	0.656831	0.632924	0,374	Valid
	19	Tingkat kemampuan program informasi dalam memberikan manfaat untuk pemirsa	0.644506	0.629368	0,374	Valid
	20	Tingkat kemampuan program hiburan dalam memberikan manfaat untuk pemirsa	0.565818	0.530776	0,374	Valid
	21	Tingkat kemudahan penyampaian manfaat program informasi kepada pemirsa lain	0.516745	0.486397	0,374	Valid
	22	Tingkat kemudahan penyampaian manfaat program hiburan kepada pemirsa lain	0.463986	0.406852	0,374	Valid
	23	Tingkat pengenalan terhadap nama TPI	0.742063	0.772125	0,374	Valid
	24	Tingkat peranan TPI dalam memberi informasi dan menghibur pemirsa	0.729327	0.617654	0,374	Valid
	25	Tingkat prestasi TPI	0.677399	0.833119	0,374	Valid
	26	Tingkat kemampuan TPI bersaing dengan stasiun televisi lain	0.699524	0.688179	0,374	Valid
	27	Tingkat kualitas program acara TPI dalam persepsi pemirsa	0.692485	0.660607	0,374	Valid
	28	Tingkat kemampuan sumber daya manusia TPI (misalnya artis, produser, crew, pembawa acara, dll)	0.651734	0.635689	0,374	Valid
	29	Tingkat kemampuan teknik siaran TPI	0.666722	0.661864	0,374	Valid
	30	Tingkat kepercayaan pemirsa terhadap TPI	0.558644	0.473967	0,374	Valid
	31	Tingkat harapan terhadap kinerja TPI dimasa yang akan datang	0.594555	0.541676	0,374	Valid
	32	Tingkat kesetiaan menonton program acara TPI	0.632117	0.612197	0,374	Valid
	33	Tingkat kepuasan akan program acara TPI	0.505819	0.585261	0,374	Valid

Sumber: Hasil pengolahan data 2008

Pengujian validitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan terhadap seluruh responden (100) dengan tingkat signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) $n-2$ atau $(100 - 2 = 98)$, sehingga diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,374. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa setiap item pertanyaan dalam kuesioner dapat dikatakan valid, karena setiap item pertanyaan memiliki $r_{i(x-i)/hitung}$ lebih besar daripada r_{tabel} ($r_{i(x-i)} > r_{tabel}$). Artinya, pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner dapat dijadikan alat ukur apa yang hendak diukur.

B. Reliabilitas

Instrumen penelitian disamping harus valid, juga harus dapat dipercaya (*reliable*). Mohammad Nazir (2003:134) mengemukakan bahwa *reliabilitas* adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur.

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

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{1 - \sum \sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

(Suharsimi Arikunto, 2006: 196)

Keterangan r_{11} = reliabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan atau butir soal

$\sum \sigma^2$ = jumlah *varians* butir soal

σ^2 = *varians* total

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap butir, kemudian dijumlahkan sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum X^2 - \left[\frac{\sum X^2}{N} \right]}{N} \quad (\text{Suharsimi Arikunto, 2006: 196})$$

keterangan σ^2 = *varians*

$\sum X$ = jumlah skor

N = jumlah responden

Keputusan uji reliabilitas instrumen berdasarkan ketentuan sebagai berikut:

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

Koefisien Cronbach Alpha (α) merupakan statistik yang paling umum digunakan untuk menguji reliabilitas suatu instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian diindikasikan memiliki tingkat reliabilitas memadai jika *Koefisien Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,70.

Pengujian reliabilitas instrumen penelitian dilakukan pada setiap variabel, yakni pengembangan program acara (X), dan citra perusahaan (Y). Hasil pengujian reliabilitas instrumen untuk setiap variabel dalam penelitian ini diperlihatkan pada Tabel 3.6.

Tabel 3.6
Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen Penelitian

No	Variabel	α_{hitung}	$\alpha_{minimal}$	Keterangan
1	Pengembangan program acara (X)	0.912768	0.70	Reliabel
2	Citra perusahaan (Y).	0.857731	0.70	Reliabel

Sumber: Hasil pengolahan data 2008

3.5.2. Teknik Analisis Data

Alat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner ini disusun oleh penulis berdasarkan variabel yang terdapat dalam penelitian, yaitu memberikan keterangan dan data mengenai pengaruh Pengembangan Program Acara Terhadap Citra Perusahaan.

Didalam penelitian kuantitatif analisis data dilakukan setelah data seluruh responden terkumpul. Data yang diperoleh dari penelitian ini adalah data ordinal untuk variabel X dan Y. Kegiatan analisis data dalam penelitian dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu:

1. Menyusun Data

Kegiatan ini dilakukan untuk mengecek kelengkapan identitas responden, kelengkapan data, serta pengisian data yang disesuaikan 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 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 *verifikatif* bagi variabel yang bersifat kuantitatif.

A. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang bersifat kualitatif serta digunakan untuk melihat faktor penyebab. Analisis ini digunakan untuk mendeskripsikan variabel-variabel penelitian yaitu:

1. Analisis deskriptif tanggapan responden pemirsa televisi di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kota Bandung mengenai pengembangan program acara yang dilakukan oleh TPI.
2. Analisis deskriptif tanggapan responden pemirsa televisi di Kelurahan Isola Kecamatan Sukasari Kota Bandung mengenai citra TPI

B. Analisis Verifikatif

Analisis verifikatif bertujuan untuk menguji nilai hipotesis suatu variabel. Melalui analisis ini dapat diketahui pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya. Sehingga dalam penelitian ini dapat diketahui pengaruh pengembangan program acara terhadap citra perusahaan.

Langkah-langkah untuk analisis verifikatif yaitu:

1. *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 (MSI)*. Langkah-langkah untuk melakukan transformasi data tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Menghitung frekuensi (f) setiap pilihan jawaban, berdasarkan hasil jawaban responden pada setiap pernyataan.

- b. Berdasarkan frekuensi yang diperoleh untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi (p) setiap pilihan jawaban dengan cara membagi frekuensi (f) dengan jumlah responden.
- c. Berdasarkan proporsi tersebut untuk setiap pernyataan, dilakukan penghitungan proporsi kumulatif untuk setiap pilihan jawaban.
- d. Menentukan nilai batas Z (tabel normal) untuk setiap pernyataan dan setiap pilihan jawaban.
- e. Menentukan nilai interval rata-rata untuk setiap pilihan jawaban melalui persamaan berikut:

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

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.

2. Analisis Korelasi

Analisis korelasi menunjukkan keeratan hubungan antara dua variabel atau lebih. Analisis korelasi mencari hubungan antara variabel tanpa memperhatikan ada atau tidaknya hubungan kausal diantara variabel-variabel tersebut.

Analisis korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Pearsonian Coefficient Correlation* atau sering juga disebut dengan *The Product Moment Coefficient Correlation* (koefisien korelasi produk moment). Rumusnya adalah sebagai berikut:

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

Sumber: Riduwan (2006:136)

Korelasi produk moment dilambangkan dengan (r) dengan ketentuan nilai r tidak lebih dari harga $(-1 \leq r \leq 1)$, apabila $r = -1$ artinya korelasinya negatif sempurna; $r = 0$ tidak ada korelasi; $r = 1$ berarti koefisien korelasinya sangat kuat.

Untuk mengadakan interpretasi mengenai besarnya koefisien korelasi, dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 3.7
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,99	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 (2008:216)

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah kuadrat koefisien korelasi. Dalam penggunaan koefisien determinasi dinyatakan dalam persen sehingga harus dikalikan 100%. Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui persentase pengaruh yang terjadi dari variabel bebas terhadap variabel tak bebas, dengan asumsi $0 \leq r^2 \leq 1$

$$KP = r^2 \times 100\% \dots\dots\dots (\text{Riduwan, 2006:136})$$

Keterangan:

KP = Nilai koefisien determinan

r = Nilai koefisien korelasi

4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi merupakan teknik statistik yang banyak digunakan serta memiliki manfaat yang cukup besar bagi pengambil keputusan. Analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier sederhana, karena analisis ini hanya mempunyai satu *independent variable* (X) yaitu pengembangan program acara, dan satu *dependent variable* (Y) yaitu citra perusahaan. Analisis regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal variabel independent dengan variabel dependen.

Perasamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX \dots\dots\dots (Riduwan, 2006:145)$$

Keterangan:

Y = subyek dalam variable dependen yang diprediksikan

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

b = angka arah atau koefisien regresi

X = subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

Secara teknis harga b merupakan tangen dari (perbandingan) antara panjang garis variabel dependen, setelah persamaan regresi ditemukan. Harga b merupakan fungsi dari koefisien kolerasi. Bila koefisien kolerasi tinggi, maka harga b juga besar, sebaliknya bila koefisien kolerasi rendah maka harga b juga rendah (kecil). Selain itu bila koefisien kolerasi negatif maka harga b juga negatif, dan sebaliknya bila koefisien kolerasi positif maka harga b juga positif.

Harga a dan b dapat dicari dengan rumus berikut:

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

$$a = \frac{\sum Y - b \cdot \sum X}{n}$$

(Riduwan, 2006:145)

3.5.3. Rancangan Uji Hipotesis

Hipotesis umum yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: terdapat hubungan yang signifikan antara pengembangan program acara dengan citra perusahaan.

Jika hipotesis penelitian tersebut dinyatakan kedalam hipotesis statistik maka:

$H_0 : \rho > 0$, tidak ada hubungan antara Pengembangan Program Acara dengan Citra Perusahaan.

$H_1 : \rho < 0$, terdapat hubungan antara Pengembangan Program Acara dengan Citra Perusahaan.

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

$$t = \frac{rs \cdot \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}} \quad (\text{Sudjana, 2000:62})$$

Keterangan :

t = *distribusi student*

r = koefisien korelasi *product moment*

n = banyaknya data

Kriteria pengambilan keputusan untuk hipotesis yang diajukan adalah :

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak

Pada taraf kesalahan 0,05 dengan derajat kebebasan $dk (n-2)$ serta pada uji satu pihak, yaitu uji pihak kanan.

