

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Seiring berkembangnya zaman, media konvensional seperti televisi, radio, koran dan majalah mulai mengalami transformasi digital dalam membagikan informasi. Sistem komunikasi dengan teknologi digital ini merupakan pendistribusian berita menggunakan komputerisasi dan jaringan internet. Internet merupakan kependekan dari *internconnection-networking*, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) internet adalah jaringan komunikasi elektronik yang menghubungkan jaringan komputer dan fasilitas komputer yang terorganisasi di seluruh dunia melalui telepon atau satelit berinternet.

Internet menjadi jembatan penghubung dalam jaringan komunikasi termasuk dalam berbagi informasi. Pengguna internet Di Indonesia berdasarkan hasil survei dari Hootsuite pada bulan Januari 2019 dari 268,2 juta penduduk Indonesia, sekitar 150 juta orang menggunakan internet. Hal ini menunjukkan lebih dari setengah populasi penduduk Indonesia menggunakan internet.



**Gambar 1.1**  
Penetrasi Pengguna Internet Di Indonesia  
Sumber: wearesocial.com

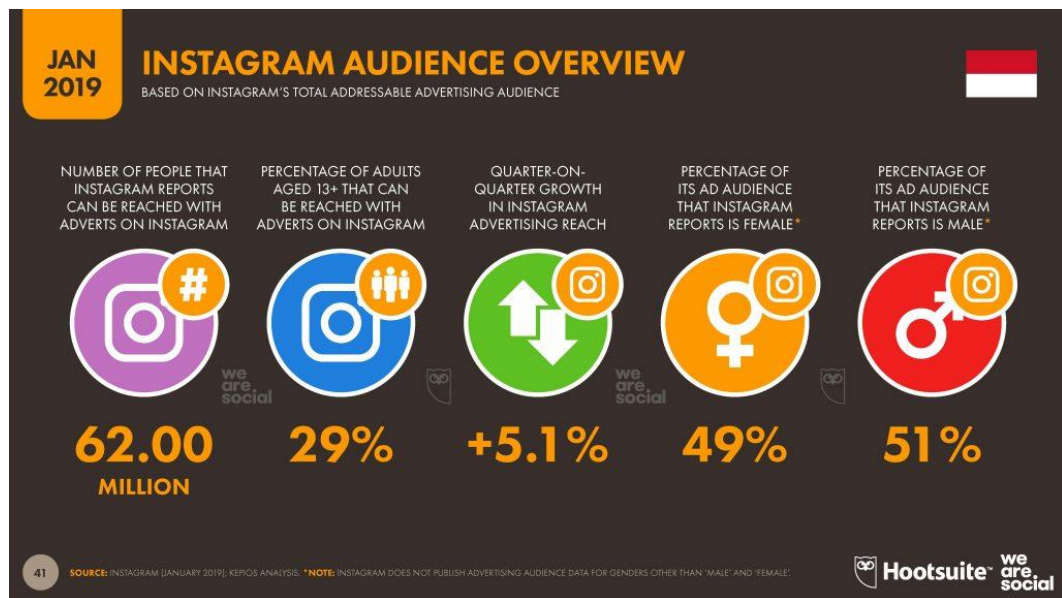
Dengan hasil data tersebut, semakin banyaknya pengguna internet Di Indonesia maka pertukaran jaringan komunikasi dan informasi menjadi semakin berkembang pula. Salah satu bentuk media digital yang menggunakan internet dalam jaringan komunikasi dan informasi ialah media sosial. Media sosial yang merupakan media yang digunakan untuk berintraksi, berbagi, dan berpartisipasi dengan pengguna satu dengan pengguna lainnya. Media sosial merupakan situs yang paling diminati pengguna internet di seluruh dunia (Cam & Isbulan, 2012:14).

Ada empat fungsi media sosial, yaitu yang pertama sebagai penyentral isu. Kedua, sebagai alat partisipasi untuk mendukung sebuah gerakan. Ketiga, sebagai alat interaksi dalam pertukaran informasi dan yang keempat, sebagai

alat informasi untuk mencari atau menerima informasi dengan mudah dan cepat (Hamid, 2014:201-203).

Media sosial juga bisa digunakan dalam kepentingan individu, kelompok, organisasi, maupun perusahaan. Salah satu contoh media sosial yang diminati oleh individu, kelompok, organisasi maupun perusahaan adalah Instagram. Instagram merupakan media sosial yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar dan video secara cepat lewat aplikasi yang dapat diakses oleh orang lain. Lewat media sosial ini, orang juga bisa mendapatkan informasi berupa gambar dan video yang disajikan. Hal ini banyak dimanfaatkan untuk menyebarkan dakwah dan berita-berita terkini atau sekarang (Wilya, 2018:58).

Berdasarkan hasil survei dari Hootsuite dan We Are Social pada bulan Januari tahun 2019, menyebutkan bahwa Indonesia memiliki 62 juta jumlah pengguna aktif bulanan dari 268,2 juta populasi Indonesia, dan pengguna aktif Instagram dari total populasi Indonesia sekitar 29 persen. Hal ini, menunjukan bahwa masyarakat Indonesia cukup banyak dalam menggunakan dan mengakses media sosial Instagram.



**Gambar 1.2**  
 Pengguna Media Sosial Instagram Di Indonesia  
 Sumber: wearesocial.com

Salah satu perusahaan yang memanfaatkan media sosial Instagram sebagai alat informasi yaitu NET. Jawa Tengah. Perusahaan media ini mulai hadir ditengah warga Kota Semarang dan sekitarnya sejak 2 November 2015. Sejumlah tayangan khas Jawa Tengah juga dihadirkan oleh NET. Jawa Tengah. seperti buletin NET.Jawa Tengah, Indonesia Bagus Jawa Tengah, dan Lentera Indonesia Jawa Tengah.

Program NET. Jawa Tengah tayang pada pukul 05.00-06.00 WIB disiarkan secara tidak langsung (*tapping*) untuk wilayah Semarang dan sekitarnya, lalu disiarkan *recorded* untuk area Tegal dan Purwokerto pada Pukul 12.00-13.00 WIB. Lalu diunggah melalui akun YouTube, Facebook, dan Instagram NET Biro Jawa Tengah.

NET. Jawa Tengah sendiri memiliki akun Instagram, yaitu @netjateng. Dengan pengikut sebanyak 16.000 pengikut yang membagikan kontennya setiap hari Senin-Jumat, NET. Jawa Tengah rutin membagikan lima berita dalam bentuk video. Rata-rata jumlah *views* atau penonton dalam setiap konten NET. Jawa Tengah adalah sekitar 200-4.000 penonton dari 16.000 pengikut. Data ini menunjukkan bahwa akun Instagram NET. Jawa Tengah memiliki penonton berita yang cukup banyak dan eksistensi yang cukup tinggi dalam media sosial.

Berita yang dibagikan dalam akun Instagram NET. Jawa Tengah merupakan informasi berita berbentuk *hard news* yang seharusnya diunggah secara aktual atau sesegera mungkin agar berita tersebut tidak basi. Namun, kebanyakan berita yang diunggah melalui akun Instagram NET Jawa Tengah tidak aktual. Jadi, NET. Jawa Tengah membagikan informasi berita kemarin atau tidak aktual. Padahal berita *hard news* memiliki ciri-ciri menggunakan gaya *to the point* atau lugas, cenderung menaati asas 5W+1H, dan aktual atau terbaru (Fatih, 2012:9).

Selanjutnya informasi berita berupa video yang dibagikan melalui Instagram NET Jawa Tengah hanya berdurasi maksimal 60 detik dengan format video yang terdapat keterangan berita, wawancara, dan potongan gambar. Hal ini menunjukkan bahwa berita yang disampaikan NET. Jawa Tengah dalam Instagramnya memiliki informasi yang terbatas. Padahal dalam sebuah berita dalam bentuk *hard news* harus memiliki 5W+1H. Jadi, kualitas

konten yang ada pada akun Instagram NET. Jawa Tengah memiliki informasi terbatas.

Maka dari itu peneliti ingin meneliti mengapa konten dalam akun Instagram NET. Jawa Tengah masih memiliki banyak penonton, dan apakah penonton mempertimbangkan aktualitas nilai berita dan kualitas konten berita. Penelitian ini dilakukan dengan mengangkat judul “Hubungan Aktualitas Nilai Berita dan Kualitas Konten Terhadap Minat Masyarakat Menonton Berita NET. Jawa Tengah Di Instagram”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana hubungan aktualitas nilai berita dan kualitas konten terhadap minat masyarakat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan aktualitas nilai berita dan kualitas konten terhadap minat masyarakat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian ilmiah Ilmu Komunikasi, khususnya dalam hubungan aktualitas nilai berita dan kualitas konten terhadap minat masyarakat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram.

### **1.4.2 Praktis**

Penelitian ini dapat menambah wawasan peneliti mengenai hubungan aktualitas nilai berita dan kualitas konten terhadap minat masyarakat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram, serta dapat menjadi masukan bagi NET. Jawa Tengah dalam meningkatkan aktualitas nilai berita dan kualitas konten kepada masyarakat.

### **1.4.3 Sosial**

Penelitian ini bermanfaat bagi kehidupan masyarakat, karena selain memberi informasi baru, penelitian ini juga membantu para pengguna media sosial aktif dalam memilah-milih berita dari sumber yang terpercaya seperti akun media sosial Instagram @netjateng.

## 1.5 Kerangka Teori

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah kerangka pikir yang umum mengenai teori dan fenomena yang mengandung dasar, isu utama, desain penelitian, serta serangkaian metode untuk menjawab suatu pertanyaan penelitian (Asfi, 2017:1)

Paradigma yang digunakan peneliti yaitu paradigma positivisme, merupakan metode yang dasar yang digunakan untuk penelitian pendekatan kuantitatif. Paradigma positivisme yaitu suatu proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan pengirim pesan (komunikator, *encoder*) untuk mengubah pengetahuan (sikap perilaku) penerima pesan (komunikan, *decoder*) yang pasif (Zikri, 2017:33).

### 1.5.2 State of The Art

| Komponen                               | Penelitian I                                                                                                           | Penelitian II                                                                                                                                        | Penelitian III                                                                                                                                                        |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nama<br>Peneliti,<br>Sumber<br>(tahun) | Andi Ariani<br>Ariska, Fakultas<br>Dakwah Dan<br>Komunikasi<br>Universitas Islam<br>Negeri Alauddin<br>Makassar (2016) | Alfian Parsha<br>Purnama, Program<br>Studi Ilmu<br>Komunikasi<br>Fakultas Ilmu<br>Sosial Dan<br>Humaniora UIN<br>Sunan Kalijaga<br>Yogyakarta (2017) | Gani Wulani<br>Martani, Program<br>Studi Komunikasi<br>Penyiaran Islam<br>Fakultas Ilmu<br>Dakwah dan Ilmu<br>Komunikasi UIN<br>Syarif Hidayatullah<br>Jakarta (2016) |

|                   |                                                                                                                     |                                                                                                            |                                                                                                                                                                                    |
|-------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Judul             | Pengaruh Aktualitas Berita Terhadap Keputusan Menggunakan Situs Kompas.Com                                          | Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Pengguna Media Sosial                                        | Hubungan Antara Motif Dan Kepuasan Mahasiswa Jurnalistik UIN Jakarta terhadap <i>Breaking News</i> DETIK.COM                                                                       |
| Metode Penelitian | Kuantitatif                                                                                                         | Kuantitatif                                                                                                | Kuantitatif                                                                                                                                                                        |
| Hasil Penelitian  | Terdapat hubungan antara pengaruh aktualitas berita terhadap keputusan karyawan menggunakan situs berita KOMPAS.com | Kualitas informasi berpengaruh terhadap kepuasan penggunaan media sosial di buktikan dengan hasil regresi. | <i>Breaking News</i> detik.com dapat memenuhi kepuasan khalayak pada motif identitas pribadi dan hiburan, namun belum memenuhi motif informasi dan integrasi dan interaksi sosial. |

### 1.5.3 Teori Penelitian

#### 1.5.3.1 *Uses And Gratification Theory*

Penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi (*Uses And Gratification Theory*). Teori ini menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil) tertentu.

Teori ini berpusat pada khalayak media yang menekankan seorang konsumen media yang aktif. Teoretikus dari teori ini menganggap khalayak sebagai orang aktif karena mereka mampu untuk mempelajari dan mengevaluasi berbagai jenis media untuk mencapai tujuan komunikasi (Richard dan Lynn, 2009: 101).

Menurut Katz dan Gurevitch menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar teori ini, antara lain:

- a. Khalayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan.
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu.
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- d. Khalayak mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak.

#### **1.5.3.2 Aktualitas**

Aktualitas merupakan unsur terpenting dalam sebuah berita. Suatu peristiwa atau informasi mengandung nilai berita, apabila

peristiwa atau informasi tersebut menarik, penting, atau mengandung nilai aktualitas. Yang artinya berita tentang sesuatu itu masih baru, hangat, dan belum pernah disiarkan atau dipublikasikan sebelumnya. Sebuah berita memiliki nilai aktualitas tinggi apabila disajikan dengan jarak waktu tidak terlalu lama dengan kejadian peristiwa tersebut. Semakin singkat maka semakin tinggi nilai aktualitas suatu berita tersebut (Mahi, 2018:155).

Menurut H.J. Prakke membagi aktualitas menjadi tiga unsur (Mahi, 2018:156), antara lain:

- a. Aktualitas primer yang merupakan kejadian yang lain dari pada yang lain. Oleh karena itu, kejadian tersebut menarik perhatian, baru terjadi, hangat diperbincangkan. Semakin cepat kejadiannya jika di beritakan, semakin tinggi pula nilai aktualitasnya.
- b. Aktualitas sekunder yang merupakan aktualitas yang walaupun terjadi dalam masa lampau masih tetap mempunyai nilai aktual.
- c. Aktual tersier adalah aktualitas yang terjadi pada masa lampau, tetapi dibuat aktual dengan memberikan dan menambahkan hal-hal yang baru.

### **1.5.3.3 Kualitas Konten**

Ketika berbicara baik buruknya kualitas berita, secara implisit standar normatif yang dijadikan dasar penilaian. Standar ini umumnya

dikaitkan dengan fungsi sosial dan fungsi politik dari jurnalisme konvensional maupun digital. (Kuskridho, 2017:8).

Anderson merumuskan kriteria kualitas konten yang diringkaskannya dalam 5C (dalam Kuskridho, 2017:16-17) yaitu antara lain:

a. *Comprehensibility*

Merupakan kejernihan struktur penceritaan berita dalam format tulisan, audio, atau audio visual, atau kombinasi ketiganya, yang mudah dimengerti oleh khalayak atau penonton.

b. *Context*

Adalah memberi khalayak informasi tambahan yang melatarbelakangi suatu peristiwa atau kejadian.

c. *Causality*

Adalah hubungan sebab akibat dalam pemberitaan yang menjadi salah satu elemen yang penting bagi khalayak untuk memahami logika sebuah peristiwa atau suatu isu pemberitaan.

d. *Comparativeness*

Sebuah liputan berita dianggap berkualitas buruk jika untuk sebuah tujuan perbandingan sebuah peristiwa atau isu liputan hanya memakai kaca mata ideologis tunggal.

e. *Comprehensiveness*

Adalah sebuah isu atau peristiwa berita ketika berita tersebut membahas banyak tahapan, kronologi, atau urutan

kejadian beserta aspek yang bisa dikembangkan dari isu tersebut.

#### **1.5.3.4 Minat**

Menurut Crow and Crow (dalam Djaali, 2014:121) mengatakan bahwa minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri.

Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu:

a. Motif individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk melakukan sesuatu hal seperti, membaca, menulis, mendengarkan, melihat dan yang lainnya.

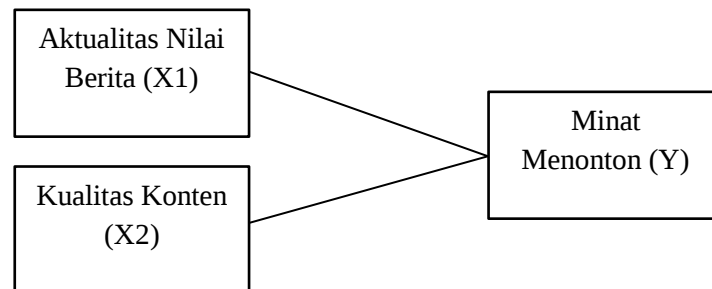
b. Motif sosial

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu.

c. Motif emosional

Bahwa minat mempunyai hubungan yang erat kaitannya dengan emosi. Jika seseorang mendapatkan kesuksesan pada suatu aktifitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya jika seseorang mendapatkan kegagalan pada suatu aktivitas maka akan menghilangkan minat pada hal tersebut.

#### 1.5.4 Kerangka Penelitian



Keterangan:

X1 : Aktualitas Nilai Berita

X2 : Kualitas Konten

Y : Minat Menonton

#### 1.5.5 Hipotesis

H1 : Terdapat hubungan positif antara aktualitas nilai berita dengan minat masyarakat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram.

H2 : Terdapat hubungan positif antara kualitas konten dengan minat masyarakat menonton berita NET. Jawa Tengah di Instagram.

#### 1.5.6 Definisi Konseptual

##### 1.5.6.1 Aktualitas Nilai Berita (X1)

Menurut H.J. Prakke membagi aktualitas menjadi tiga unsur (Mahi, 2018:156), antara lain aktualitas primer yang merupakan kejadian yang lain dari yang lain, aktualitas sekunder merupakan

aktualitas yang terjadi dalam masa lampau, tetapi masih tetap mempunyai nilai aktual dan aktual tersier ialah aktualitas yang terjadi pada masa lampau, akan tetapi dibuat aktual dengan memberikan dan menambahkan hal-hal yang baru.

#### **1.5.6.2 Kualitas Konten (X2)**

Anderson merumuskan kriteria kualitas konten yang diringkasnya dalam 5C (Kuskridho, 2017:16-17), yaitu *Comprehensibility* yang merupakan kejernihan struktur penceritaan berita yang mudah dimengerti oleh khalayak, *Context* yang memberi khalayak informasi tambahan, *Causality* yang merupakan hubungan sebab akibat dalam pemberitaan, *Comparativeness* yang merupakan pemaknaan berita dianggap berkualitas buruk jika sebuah peristiwa hanya memakaiacamata ideologis tunggal, dan *Comprehensiveness* yang merupakan sebuah isu atau peristiwa berita ketika berita tersebut membahas banyak tahapan atau kronologi.

#### **1.5.6.3 Minat (Y)**

Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat, yaitu: Motif individu yaitu dorongan ingin tahu untuk membangkitkan minat dengan melakukan sesuatu hal. Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan aktivitas tertentu. Motif emosional mempunyai hubungan yang erat kaitannya dengan emosi.

### 1.5.7 Definisi Operasional

Aktualitas Nilai Berita (X1)

- a. Aktualitas Primer
- b. Aktualitas Sekunder
- c. Aktualitas Tersier

Kualitas Konten (X2)

- a. *Comprehensibility* (Komprehensifitas)
- b. *Context* (Konteks)
- c. *Causality* (Kasualitas)
- d. *Comparativeness* (Komparatif)
- e. *Comprehensiveness* (Komprehensif)

Minat (Y)

- a. Motif individu
- b. Motif sosial
- c. Motif emosional

## 1.6 Metodeologi Penelitian

### 1.6.1 Tipe Penelitian

Metode penelitian ini menurut jenis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan analisis data yang berbentuk numerik atau angka (Suryani, 2016:109). Tipe penelitian pada penelitian ini menggunakan penelitian eksploratif. Penelitian

eksploratif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapat gambaran mengenai suatu topik penelitian yang nantinya akan diteliti lebih jauh (Morrisan, 2017:35).

## **1.6.2 Jenis dan Sumber Data**

### **1.6.2.1 Data Primer**

Data primer yang merupakan data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan (Nur Ahmad, 2018:37). Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan dari menyebar kuesioner pengikut akun Instagram NET Jawa Tengah yaitu @netjateng.

### **1.6.2.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Nur Ahmad, 2018:37). Dalam penelitian ini data diperoleh dari buku, jurnal, skripsi dan media online.

## **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan kuesioner kepada responden pengikut akun Instagram NET Jawa Tengah yaitu @netjateng. Kuesioner atau angket adalah metode pengumpulan data untuk memahami individu atau responden dengan cara memberikan sesuatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek (Susilo, 2018: 94).

#### **1.6.4 Populasi dan Sampel**

##### **1.6.4.1 Populasi**

Populasi merupakan sekelompok elemen atau kasus, baik individual, objek, atau peristiwa, yang berhubungan dengan kriteria spesifik dan merupakan sesuatu yang menjadi target generalisasi yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya (Saepul, 2012: 38).

Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram NET Jawa Tengah dengan nama akun @netjateng, sebanyak 16.000 pengikut. Peneliti mengambil 16.000 pengikut akun Instagram @netjateng menjadi populasi dalam penelitian karena setiap konten yang dibagikan @netjateng akan tampil dalam beranda 16.000 pengikut tersebut. Oleh karena itu, 16.000 pengikut akun Instagram @netjateng dirasa tepat untuk memberikan data mengenai penelitian ini, yaitu aktualitas nilai berita dan kualitas konten pada akun Instagram @netjateng.



**Gambar 1.2**  
Jumlah Pengikut Akun Instagram @Netjateng  
Sumber: instagram.com

#### 1.6.4.2 Sampel

Sampel merupakan bagian dari jumlah populasi yang diteliti, yang kemudian hasil penelitian bisa digeneralisasikan (Saepul, 2012: 38). Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel dengan rumus Taro Yamane atau Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + N (d)^2}$$

**Keterangan:**

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

d : Tingkat kesalahan 10%

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + N (d)^2} \\
 &= \frac{16.000}{1 + 16.000 (0,1)^2} \\
 &= \frac{16.000}{161} \\
 &= 99.37 \text{ (100 responden)}
 \end{aligned}$$

**1.6.5 Teknik Pengambilan Sampel**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan tipe non-probabilitas sampling. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik sampling bertujuan (*purposive sampling*), yaitu teknik dengan tujuan untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan dan nilai guna individu terhadap penelitian (Ismail, 2018: 46). Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah pengikut akun Instagram @netjateng.

### 1.6.6 Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran. Skala Likert yang merupakan suatu teknik pengukuran berdasarkan dengan penggunaan kategori respon yang berurutan (Rini, 2017: 135).

| KETERANGAN                | NILAI |
|---------------------------|-------|
| Sangat Tidak Setuju (STS) | 1     |
| Tidak Setuju (TS)         | 2     |
| Netral (N)                | 3     |
| Setuju (S)                | 4     |
| Sangat Setuju (SS)        | 5     |

**Tabel 1.1**  
Skala Likert

### 1.6.7 Teknik Pegolahan Data

Proses pengolahan data yang dilakukan adalah:

#### 1.6.7.1 *Editing*

Merupakan proses pengecekan terhadap kelengkapan data yang dikumpulkan, seperti pertanyaan yang telah dijawab oleh responden, mengecek hasil kuesioner, sekaligus memeriksa data yang sudah terkumpul. Meliputi kelengkapan isi, keterbacaan tulisan, kejelasan jawaban, relevansi jawaban, keseragaman

tulisan, kejelasan jawaban, relevansi jawaban, keseragaman satuan data yang digunakan dan sebagainya.

#### 1.6.7.2 *Coding* atau mengkode data

Adalah proses pengolahan data menggunakan komputer dengan memberikan kode pada jawaban setiap pertanyaan kepada responden. Kegiatan coding ini digunakan peneliti untuk instrumen kuesioner sebagai instrumen pertama dalam penelitian. Semakin kompleks butir-butir pertanyaan, kodefikasi yang dibuat juga semakin banyak. Coding ini bertujuan untuk memudahkan dalam menganalisis data, atau menyeleksi dan meneliti kembali data yang masuk.

#### 1.6.7.3 *Tabulating* atau tabulasi

Yaitu memasukkan data-data dalam tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat dihitung. Kegiatan ini dilakukan untuk memahami data-data yang ada.

### 1.6.8 **Teknik Analisis Data**

Analisis data bertujuan untuk mengipresentasikan data yang telah terkumpul dan diolah sehingga diperoleh jawaban atas rumusan masalah penelitian dan mampu membuktikan hipotesis yang diajukan

peneliti. (Azuar, 2016:5). Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif, kuantitatif dan regresi linear berganda.

1. Analisis deskriptif bertujuan untuk menganalisis data dengan cara menjelaskan hasil data sehingga informasi lebih mudah dipahami, merupakan hasil dari tabulasi.
2. Analisis kuantitatif, yaitu menganalisis dalam bentuk data atau angka dengan metode statistik yang diklasifikasikan dalam tabel-tabel tertentu, data diperoleh dari hasil pengolahan data SPSS.

Analisis regresi linear berganda, yaitu model probabilitas yang menyatakan hubungan antara dua variabel dimana salah satu variabel dianggap mempengaruhi variabel lain. Variabel yang mempengaruhi dinamakan variabel independen dan variabel yang dipengaruhi dinamakan variabel dependen (Suyono 2018:5). Dalam penelitian ini, variabel independen adalah Aktualitas Nilai Berita (X1) dan Kualitas Konten (X2) serta variabel dependennya adalah Minat Menonton (Y).

## **1.6.9 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas**

### **1.6.9.1 Uji Validitas**

Uji dalam menggunakan olah data SPSS, juga harus diuji dengan uji validitas dan reliabilitas. Uji validitas bertujuan untuk sejauh mana ketepatan dan kecermatan

suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini, untuk menguji validitasnya menggunakan data kuesioner (Azuar 2016:16). Apabila semua taraf signifikansi 5% maka:

1. Apabila  $r \text{ hitung} > r \text{ table}$ , maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
2. Apabila  $r \text{ hitung} < r \text{ table}$ , maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

#### **1.6.9.2 Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas yaitu pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azuar 2016:20). Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60, maka kuesioner disebut reliabel atau terpercaya.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60, maka kuesioner disebut tidak reliabel atau tidak terpercaya.