

BAB III
PENYAJIAN DATA

A. Deskripsi Subyek dan Lokasi Penelitian

1. Subyek Penelitian

Subyek penelitian dalam hal ini adalah responden yang dianggap peneliti dapat menggali data yang peneliti inginkan. Responden yang dimaksudkan adalah mahasiswa semester VIII Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya yang menonton program *variety show Running Man*. Sehingga peneliti melakukan pre-riset sebelum melakukan penelitian, dengan melakukan wawancara secara langsung kepada seluruh mahasiswa semester Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebanyak 86 mahasiswa yang masih aktif mengikuti perkuliahan. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui apakah responden menonton program *variety show Running Man*. Dan dari hasil wawancara pre-riset tersebut, responden yang terpilih menjadi subyek penelitian berjumlah 30 mahasiswa.

Adapun responden yang lolos untuk diteliti adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1
Daftar Nama Responden

No.	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Prodi	Semester
1.	Setyani Nur Pramesti	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
2.	Vivi Sulviana	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
3.	Yayuk Naningsih	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8

4.	Uswatun Hasanah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
5.	Anifah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
6.	Rohil Inda Hilwa	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
7.	Asma'ul Fauzah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
8.	Ayu Rusdiana	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
9.	Moch. Nailun Niam	Laki-laki	21	Ilmu Komunikasi	8
10.	Ri'atus Sholichah	Perempuan	23	Ilmu Komunikasi	8
11.	M. Thoyib Ansori	Laki-laki	23	Ilmu Komunikasi	8
12.	Julia Damayanti	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
13.	Lya Ambarwati	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
14.	Hidda Yunita Wilujeng	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
15.	Lukman Hakim	Laki-laki	23	Ilmu Komunikasi	8
16.	Nur Wachidah	Perempuan	21	Ilmu Komunikasi	8
17.	Hilda Faizah Istika W.P.	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
18.	Siti Umul Latifah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
19.	Lusiana	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
20.	Masrurotin Nikmah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
21.	Dian Febrianti	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
22.	Wildania Mafazza Akhmad	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
23.	Nurul Fajriyyah	Perempuan	21	Ilmu Komunikasi	8
24.	Lu'lu'ul Mardhiyatul L.	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
25.	Dony Rano Virdaus	Laki-laki	21	Ilmu Komunikasi	8
26.	Ahmad Marwani	Laki-laki	24	Ilmu Komunikasi	8
27.	Rizky Nur Rosidah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
28.	Halimatus Sa'dijah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8
29.	Diah Indriyani	Perempuan	23	Ilmu Komunikasi	8
30.	Syimatul Hasanah	Perempuan	22	Ilmu Komunikasi	8

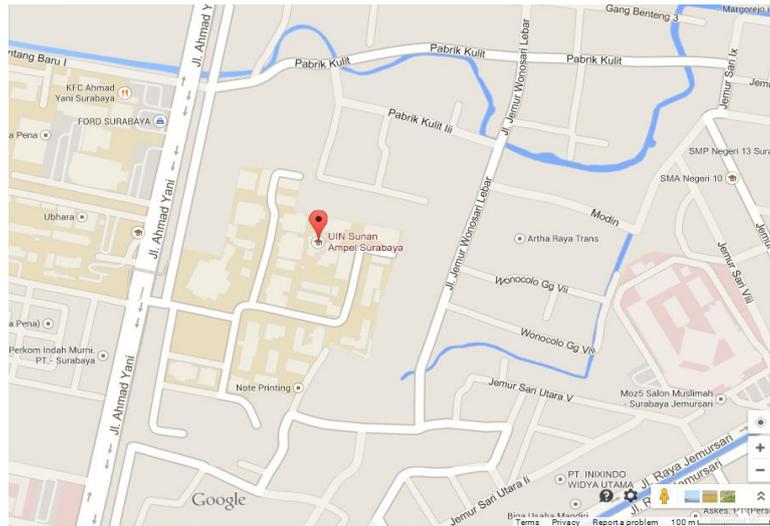
Sumber: Identitas responden pada kuesioner penelitian

2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang akan digunakan adalah Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berada di UIN Sunan Ampel Surabaya.

a. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Fakultas Dakwah dan Komunikasi berada di UIN Sunan Ampel Surabaya di Jalan Jend. A. Yani 117 Surabaya.



Gambar 3.1
Peta UIN Sunan Ampel Surabaya

1) Profil tentang Fakultas Dakwah dan Komunikasi dan Prodi Ilmu Komunikasi

(a) Fakultas Dakwah dan Komunikasi

(1) Visi dan misi

Visi

“Menjadi Pusat Pengembangan Ilmu Dakwah Dan Sosial Yang Unggul Dan Kompetitif”

Misi

- (a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu dakwah dan sosial yang memiliki keunggulan dan daya saing Internasional.
- (b) Mengembangkan riset ilmu dakwah dan sosial yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- (c) Mengembangkan pola pelayanan dan pemberdayaan masyarakat muslim sesuai dengan kompetensi jurusan dan prodi.

(2) Tujuan Fakultas Dakwah

- (a) Menghasilkan lulusan yang memiliki standar kompetensi akademik di bidang ilmu dakwah dan sosial secara profesional.
- (b) Menghasilkan riset yang unggul dan kompetitif di bidang ilmu dakwah dan sosial.
- (c) Menghasilkan pola pelayanan dan pemberdayaan masyarakat berbasis moralitas agama dan norma-norma sosial.

(b) Prodi Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi merupakan salah satu program studi di Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel Surabaya. Program Studi ini berdiri pada tahun 2000 sebagai tindak lanjut dari wider mandate yang memberikan izin pada IAIN untuk membuka program studi non-Studi Islam. Saat ini Program Studi Sosiologi telah mendapatkan status akreditasi B.

(1) Visi dan Misi

Visi

“Pusat Pengembangan Ilmu Komunikasi yang Unggul berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an”

Misi

- (a) Menyelenggarakan pendidikan ilmu komunikasi berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an yang memiliki keunggulan dan berwawasan global.
- (b) Mengembangkan riset ilmu komunikasi yang relevan dengan kebutuhan masyarakat.
- (c) Melaksanakan pelayanan dan pemberdayaan masyarakat dalam perspektif ilmu komunikasi.

(2) Standar Kompetensi Lulusan

(a) Kompetensi Dasar

Kompetensi dasar adalah kompetensi yang dimiliki oleh setiap mahasiswa (landasan kepribadian) sebagai dasar bagi kompetensi utama, kompetensi pendukung, dan kompetensi lainnya.

Adapun kompetensi dasar lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai berikut:

- (1) Memiliki ilmu tentang Islam serta mampu menerapkannya di masyarakat dalam menjalankan profesinya.
- (2) Memiliki keterampilan berbahasa Indonesia dan Asing yang menunjang profesinya.
- (3) Memiliki kecakapan partisipatif dan bertanggungjawab dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

(4) Memiliki sikap ilmiah dan bertanggungjawab terhadap ilmunya.

(b) Kompetensi Utama

Kompetensi utama adalah kompetensi yang dimiliki oleh setiap mahasiswa sesudah menyelesaikan pendidikannya di program studi.

Adapun kompetensi utama lulusan Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai berikut:

- (1) Memiliki wawasan, pengetahuan, dan kemampuan untuk memahami, menganalisis, serta memecahkan permasalahan komunikasi berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an.
- (2) Memiliki pengetahuan dan keterampilan merencanakan, menerapkan, dan mengevaluasi program komunikasi dalam berbagai konteks lokal dan global berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an.
- (3) Memiliki motivasi, sikap, dan perilaku sesuai dengan etika profesi dalam mengembangkan profesionalisme di bidang komunikasi, dan bertanggungjawab terhadap pemanfaatan kemajuan teknologi komunikasi berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesia-an.

(4) Memiliki pengetahuan dan keterampilan dalam pengelolaan sistem informasi dan komunikasi sesuai dengan kebutuhan profesi, industri, dan sosial berdasarkan nilai-nilai Islam Ke-Indonesiaan.

(c) Kompetensi Pendukung

Kompetensi pendukung adalah kompetensi yang diharapkan dapat mendukung kompetensi dasar dan kompetensi utama yang ditetapkan oleh program studi sebagai pilihan yang harus dipilih oleh mahasiswa dalam mendukung profesinya antara lain;

(1) Spesialisasi Broadcasting

(a) Memiliki kemampuan sebagai perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana kegiatan bidang penyiaran radio dan televisi.

(b) Memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi komunikasi terapan untuk radio dan televisi serta dapat mengikuti perkembangan teknologi komunikasi di masa depan.

(c) Memiliki kemampuan mengelola usaha dibidang radio, televisi, dan media online.

(d) Memiliki kemampuan merumuskan dan mengantisipasi masalah dibidang penyiaran radio, televisi, dan media online.

(2) Spesialisasi Public Relations

- (a) Memiliki kemampuan untuk merencanakan, mengorganisasikan, melaksanakan, dan mengawasi program komunikasi bidang public relations.
- (b) Memiliki kemampuan dan keterampilan berkomunikasi melalui lisan, tulisan, media massa, serta teknologi komunikasi berbasis cyber public relations dalam membangun hubungan dengan stakeholder yang didasarkan pada kepercayaan (trust).
- (c) Memiliki kemampuan mengelola usaha dibidang public relations.
- (d) Memiliki kemampuan merumuskan dan mengantisipasi masalah dibidang public relations.

(3) Spesialisasi Advertising

- (a) Memiliki kemampuan sebagai perencana, pengatur, pengawas, dan pelaksana kegiatan bidang periklanan.
- (b) Memiliki kemampuan mengembangkan aplikasi media komunikasi terapan bidang periklanan serta dapat mengikuti

perkembangan teknologi komunikasi di masa depan.

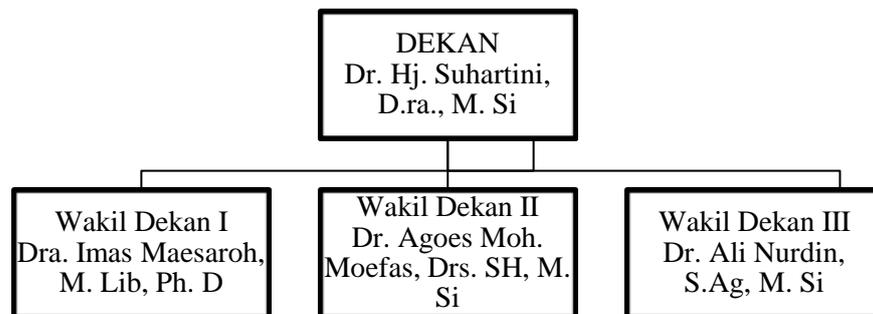
(c) Memiliki kemampuan mengelola usaha dibidang periklanan.

(d) Memiliki kemampuan merumuskan dan mengantisipasi masalah dibidang periklanan.

(d) Kompetensi Lainnya

Kompetensi lainnya adalah kompetensi yang dianggap perlu dimiliki oleh mahasiswa sebagai bekal mengabdikan di masyarakat baik yang terkait langsung maupun tidak langsung. Adapun kompetensi lainnya yaitu memiliki kemampuan entrepreneur dibidang komunikasi.¹

b. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi



Bagan 3.1
Struktur Organisasi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Ampel Surabaya

¹ Fdik.uinsby.ac.id

B. Deskripsi Data Penelitian

1. Rekapitulasi Nilai

Data yang disajikan di sini adalah data dari angket yang telah diberikan kepada 30 responden dari mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi yang menonton atau mengetahui tentang program *variety show Running Man* dengan kategori usia yang telah ditentukan. Kuesioner berisikan data responden yang meliputi jenis kelamin, usia, juga berisi 15 pertanyaan yang berkaitan dengan variabel penelitian. Pertanyaan untuk variabel X sebanyak 11 pertanyaan, sedangkan untuk variabel Y sebanyak 4 pertanyaan. Dalam item pertanyaan tersebut, disediakan alternatif jawaban yang masing-masing mempunyai bobot yang berbeda.

Dengan menyediakan alternatif jawaban tersebut, diharapkan responden mampu memberikan jawaban yang relevan terhadap pokok-pokok persoalan yang dibahas tanpa menemui kesulitan.

Adapun bobot dari empat alternatif jawaban adalah sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban 'Sangat Setuju' diberi nilai 5
- b. Untuk jawaban 'Setuju' diberi nilai 4
- c. Untuk Jawaban 'Ragu-ragu' diberi nilai 3
- d. Untuk jawaban 'Tidak Setuju' diberi nilai 2
- e. Untuk jawaban 'Sangat Tidak Setuju' diberi nilai 1

Tabel 3.3
Rekapitulasi hasil kuesioner tentang konsumsi media (Variabel Y)

Subjek	Skor Item				Skor Total
	Item1	Item2	Item3	Item4	
1	5	1	1	1	8
2	5	2	1	4	12
3	3	2	2	3	10
4	5	1	3	1	10
5	3	1	1	1	6
6	5	1	2	1	9
7	4	1	1	1	7
8	4	1	2	1	8
9	5	1	2	1	9
10	4	1	2	1	8
11	4	1	1	1	7
12	5	1	2	1	9
13	4	1	1	1	7
14	4	1	2	1	8
15	3	1	2	1	7
16	5	1	2	1	9
17	5	1	3	1	10
18	5	1	2	1	9
19	4	1	1	1	7
20	5	1	1	1	8
21	3	1	1	1	6
22	3	2	1	1	7
23	5	4	5	3	17
24	2	1	1	1	5
25	3	1	1	1	6
26	2	1	1	1	5
27	3	1	1	1	6
28	3	2	3	2	10
29	3	1	1	1	6
30	5	1	3	1	10

Berikut ini disajikan tabulasi data kuantitatif variabel X dan variabel Y:

Kuesioner 1 - Variabel (X) Program *variety show Running Man*

Variabel program *variety show Running Man* diukur melalui indikator daya tarik pemain, daya tarik isi, durasi menonton, dan daya tarik setting dari *variety show Running Man*. Hasil penilaian responden berdasarkan indikator dan urutan nomor pertanyaan kuesioner dapat disajikan sebagai berikut:

1. Daya tarik pemain

Dalam indikator daya tarik pemain terdapat sub indikator yang meliputi pemain dan bintang tamu. Penilaian terhadap indikator ini dilakukan untuk memberikan pertanyaan kepada responden seperti yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 3.4
1a. Karakter para pemain tetap dan bintang tamu *Running Man* yang menarik

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	1	3,3%
	Setuju	4	14	46,7%
	Sangat setuju	5	15	50,0%
	Total		30	100%

Data ini menyatakan setengah dari responden dengan frekuensi 15 (50,0%) sangat setuju dengan karakter para pemain tetap dan bintang tamu dalam *variety show Running Man*. Sedangkan 14 (46,7%) responden menyatakan setuju dan 1 (3,3%) responden menyatakan ragu-ragu.

Tabel 3.5
2a. Tingkah laku para pemain tetap dan bintang tamu *Running Man* membuat program semakin menghibur

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	1	3,3%
	Setuju	4	6	20,0%
	Sangat Setuju	5	23	76,6%
	Total		30	100%

Tingkah laku dari para pemain tetap dan bintang tamu merupakan salah satu faktor dalam membuat program semakin menghibur para penonton. Hal ini dinyatakan dalam sebagian besar responden yaitu dengan jumlah 23 (76,6%) responden menyatakan sangat setuju dan 6 (20,0%) responden menyatakan setuju, dan 1 (3,3%) responden menyatakan ragu-ragu.

Tabel 3.6
3a. Para pemain *Running Man* menunjukkan suasana kekeluargaan yang baik

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	0	0
	Setuju	4	15	50,0%
	Sangat Setuju	5	15	50,0%
	Total		30	100%

Suasana kekeluargaan dapat tunjukan dengan baik oleh para pemain *variety show Running Man* dengan sebagian besar responden

dengan total 15 (50,0%) responden menyatakan sangat setuju dan 15 (50,0%) responden menyatakan setuju.

2. Daya tarik isi

Dalam indikator daya tarik isi terdapat sub indikator yang meliputi permainan. Penilaian terhadap indikator ini dilakukan untuk memberikan pertanyaan kepada responden seperti yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 3.7
1b. Permainan/misi pada *variety show Running Man* tidak membosankan

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	0	0
	Setuju	4	11	36,7%
	Sangat Setuju	5	19	63,3%
	Total		30	100%

Pada tabel di atas, dapat dilihat bahwa 19 (63,3%) responden sangat setuju dengan permainan yang terdapat pada *variety show Running Man* tidak membosankan dan 11 (36,7%) responden menyatakan setuju.

Tabel 3.8
2b. Permainan pada program dibuat agar mudah dimengerti oleh penonton

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	2	6,7%
	Setuju	4	18	60,0%
	Sangat Setuju	5	10	33,3%
	Total		30	100%

Dari data di atas terdapat 10 (33,3%) responden sangat setuju dan 18 (60,6%) responden setuju bahwa permainan yang ditampilkan pada *variety show Running Man* mudah dimengerti dan 2 (6,7%) responden mengaku ragu-ragu yang mengartikan sangat kecil kemungkinan permainan tersebut mudah dimengerti.

Tabel 3.9
3b. Penonton tertarik untuk mencoba permainan seperti yang ada dalam *Running Man*

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	9	30,0%
	Setuju	4	17	56,7%
	Sangat Setuju	5	4	13,3%
	Total		30	100%

Ketertarikan untuk mencoba permainan seperti yang ada dalam *variety show Running Man* dinyatakan oleh 4 (13,3%) responden sangat setuju dan 17 (56,9%) responden setuju. Dan 9 (30,0%) dari responden menyatakan ragu-ragu.

3. Durasi menonton

Dalam indikator durasi menonton yaitu melihat seberapa lama atau seberapa kedalaman saat menonton program *variety show Running Man*. Penilaian terhadap indikator ini dilakukan untuk memberikan pertanyaan kepada responden seperti yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 3.10
3a. Saya menonton *Running Man* dalam sebulan

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	1-2 kali	1	0	0
	2-3 kali	2	1	3,3%
	3-4 kali	3	7	23,3%
	4-5 kali	4	14	46,7%
	>5 kali	5	8	26,7%
	Total		30	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa 8 (26,7%) responden >5 kali menonton *Running Man* dalam sebulan, 14 (46,7%) responden 4-5 kali, 7 (23,3%) responden 3-4 kali, dan 1 (3,3%) responden 2-3 kali menonton *Running Man* dalam sebulan.

Tabel 3.11
3b. Saya menonton *Running Man* selama ... menit dalam tiap episodenya

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	15-20 menit	1	0	0
	20-30 menit	2	0	0
	30-40 menit	3	1	3,3%
	40-50 menit	4	4	13,3%
	>50 menit	5	25	83,3%
	Total		30	100%

Responden menonton *Running Man* selama >50 menit dalam setiap episodnya yaitu sebanyak 25 (83,3%) responden, 4 (13,3%) responden menonton selama 40-50 menit, dan 1 (3,3%) responden menonton selama 30-40 menit.

4. Daya tarik setting

Dalam indikator daya tarik setting terdapat sub indikator yang meliputi lokasi syuting. Penilaian terhadap indikator ini dilakukan untuk memberikan pertanyaan kepada responden seperti yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 3.12

4a. Lokasi syuting *Running Man* yang berbeda akan memberikan ketertarikan saat menonton

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	0	0
	Setuju	4	12	40,0%
	Sangat Setuju	5	18	60,0%
	Total		30	100%

Lokasi syuting *variety show Running Man* yang berbeda menyatakan adanya ketertarikan saat menonton. Hal ini dinyatakan dalam 18 (60,0%) responden sangat setuju dan 12 (40,0%) responden setuju terhadap hal ini.

Tabel 3.13
4b. Lokasi syuting yang terkenal akan membuat *Running Man* semakin menarik untuk ditonton

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	0	0
	Setuju	4	9	30,0%
	Sangat Setuju	5	21	70,0%
	Total		30	100%

Lokasi syuting *variety show Running Man* yang terkenal membuatnya semakin menarik. Hal ini dinyatakan dalam 21 (70,0%) responden sangat setuju dan 9 (30,0%) responden setuju terhadap hal ini.

Tabel 3.14
4c. Lokasi syuting *Running Man* dengan view yang indah akan memberikan ketertarikan saat menonton

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	0	0
	Tidak Setuju	2	0	0
	Ragu-Ragu	3	1	3,3%
	Setuju	4	9	30,0%
	Sangat Setuju	5	20	66,7%
	Total		30	100%

Sebesar dari responden menyatakan sangat setuju bahwa lokasi syuting *variety show Running Man* dengan view indah dapat menarik perhatian penonton untuk menonton. Hal ini dibuktikan dengan 20 (66,7%) responden menjawab sangat setuju dan 9 (30,0%) responden

menjawab setuju. Namun ada responden menyatakan ragu-ragu yaitu 1 (3,3%) responden.

Kuesioner 2 – Variabel Y Konsumsi Media

Variabel konsumsi media diukur melalui indikator intensitas penggunaan media internet dan durasi penggunaan internet. Hasil penilaian responden berdasarkan indikator dan urutan nomor pertanyaan kuesioner dapat disajikan sebagai berikut:

1. Intensitas penggunaan media internet

Penilaian terhadap indikator intensitas penggunaan media internet dilakukan untuk memberikan pertanyaan kepada responden seperti yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 3.15

1a. Saya mendownload *variety show* termasuk *Running Man* perbulan

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	1-2 kali	1	0	0
	2-3 kali	2	2	6,7%
	3-4 kali	3	9	30,0%
	4-5 kali	4	7	23,3%
	>5 kali	5	12	40,0%
	Total		30	100%

Tabel diatas menunjukkan bahwa sebanyak 12 (40,0%) responden >5 kali mendownload *variety show* termasuk *Running Man* dalam sebulan, 7 (23,3%) responden 4-5 kali mendownload, 9 (30,0%) responden 3-4 kali menownload, dan 2 (6,7%) responden 2-3 kali mendownload.

Tabel 3.16

1b. Saya menonton *variety show* termasuk *Running Man* secara *online* perbulan

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	1-2 kali	1	15	50,0%
	2-3 kali	2	10	33,3%
	3-4 kali	3	4	13,3%
	4-5 kali	4	0	0
	>5 kali	5	1	3,3%
	Total		30	100%

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa responden menonton *variety show* termasuk *Running Man* secara *online* perbulan sebanyak >5 kali yaitu 1 (3,3%) responden, 3-4 kali yaitu 4 (13,3%) responden, 2-3 kali yaitu 10 (33,3%) responden, 1-2 kali yaitu 15 (50,0%) responden.

2. Durasi penggunaan internet

Penilaian terhadap indikator durasi penggunaan internet dilakukan untuk memberikan pertanyaan kepada responden seperti yang disajikan pada bagian berikut ini:

Tabel 3.17

2a. Saya mendownload *variety show* termasuk *Running Man* selama ... jam

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	1-2 jam	1	25	83,3%
	2-3 jam	2	4	13,3%
	3-4 jam	3	0	0
	4-5 jam	4	1	3,3%
	>5 jam	5	0	0
	Total		30	100%

Hasil jawaban responden atas pernyataan kuesioner tentang mendownload *variety show* termasuk *Running Man* selama ... jam pada tabel di atas, menunjukkan bahwa 1 (3,3%) responden mendownload selama 4-5 jam, 4 (13,3%) responden mendownload selama 2-3 jam, dan 25 (83,3%) mendownload selama 1-2 jam.

Tabel 3.19

2b. Saya menonton *variety show* termasuk *Running Man* secara *online* selama ... jam

Jawaban Pertanyaan		Bobot	Frekuensi	Persentase
Valid	1-2 jam	1	26	86,7%
	2-3 jam	2	1	3,3%
	3-4 jam	3	2	6,7%
	4-5 jam	4	1	3,3%
	>5 jam	5	0	0
	Total		30	100%

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden menonton *variety show* termasuk *Running Man* secara *online* selama 4-5 jam pernyataan dari 1 (3,3%) responden, 2 (6,7%) responden selama 3-4 jam, 1 (3,3%) responden selama 2-3 jam, dan 26 (86,7%) selama 1-2 jam.

2. Identitas Responden

Identitas responden yang dilihat dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, umur, dan apakah mereka menonton *variety show* *Running Man*. Dalam penelitian ini responden berjumlah 30 mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi semester VIII Fakultas Dakwah UIN Sunan Ampel Surabaya. Untuk pengumpulan data primer dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden.

Di bawah ini akan dijelaskan persentase responden berdasarkan jenis kelamin, umur, dan apakah mereka menonton *variety show Running Man*.

a. Jenis Kelamin

Tabel 3.20
Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
N= 30

		Jeniskelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	5	16,7	16,7	16,7
	Perempuan	25	83,3	83,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan SPSS *for windows 19*

Jenis kelamin responden dibagi menjadi dua, yaitu laki-laki dan perempuan. Tabel 3.4 menunjukkan persentase identitas responden berdasarkan jenis kelamin. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa dalam penelitian ini terdapat 30 responden yang terdiri dari 5 responden laki-laki (16,7%) dan 25 responden perempuan (83,3%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa penonton program *variety show Running Man* didominasi oleh mahasiswa berjenis kelamin perempuan dengan persentase sebesar 83,3%.

b. Usia

Tabel 3.21
Identitas Responden Berdasarkan Usia
N= 30

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21	4	13,3	13,3	13,3
	22	21	70,0	70,0	83,3
	23	4	13,3	13,3	96,7
	24	1	3,3	3,3	100,0
	Total	30	100,0	100,0	

Sumber: Hasil Olahan SPSS *for windows 19*

Usia responden dalam penelitian dibagi menjadi empat yaitu 21 tahun, 22 tahun, 23 tahun, dan 24 tahun. Dari tabel 3.5 dapat dilihat bahwa penonton program *variety show Running Man* yang diambil dari 30 responden terdiri dari 4 responden dengan usia 21 tahun (13,3%), 21 responden dengan usia 22 tahun (70,0%), 4 responden dengan usia 23 tahun (13,3%), dan 1 responden dengan usia 24 tahun (3,3%). Berdasarkan keterangan tersebut dapat disimpulkan bahwa penonton program *variety Running Man* didominasi oleh mahasiswa yang berusia 22 tahun.

c. Pernah Menonton

Tabel 3.22
Identitas Responden Berdasarkan Pernah Menonton
N= 30
Pernah menonton

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ya	30	100,0	100,0	100,0

Sumber: Hasil Olahan SPSS *for windows 19*

Responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini merupakan mahasiswa yang mengetahui dan menonton program *variety show Running Man*. Dari data tabel 3.6 dapat disimpulkan bahwa 30 responden yang dibutuhkan menjawab 'Ya' pada penelitian ini merupakan 100% penonton program *variety show Running Man*. Maka penelitian dilanjutkan untuk mendapatkan pernyataan lainnya.

3. Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Uji Normalitas

Sebuah penelitian dapat dikatakan valid dan reliabel yaitu apabila sebuah penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya. Berikut adalah validitas dan reliabilitas penelitian.

(a) Uji Validitas

Untuk mengetahui validitas kuesioner perlu dilakukan pengujian atas kuisisioner dengan menggunakan uji validitas. Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat keabsahan (validitas)

suatu alat ukur. Sebuah alat ukur dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan.²

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Untuk menguji validitas maka dihitung koefisien korelasi antar masing-masing skor total dengan menggunakan *Corrected Item-Total Correlation* item pertanyaan dapat dikatakan valid jika lebih besar dari 0,374.

Dengan rumus sebagai berikut:

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

di mana:

r = Koefisien korelasi

n = Banyaknya Observasi/Responden

X = Variabel independen (program *variety show Running Man*)

Y = Variabel dependen (konsumsi media)

Pengambilan keputusan bahwa setiap indikator valid apabila nilai $r_{hitung} \geq r_{tabel}$. Hasil r_{tabel} dalam penelitian ini adalah 0,374 (sampel 30 dengan tingkat signifikansi 5%, 2-tailed). Dengan demikian $r_{hitung} >$

² Feddy Rangkuti, *The Power of Brand: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek + Analisis Kasus dengan SPSS*, (Jakarta: PT Gramedia Utama, 2002), hlm. 77.

0,374 berarti pernyataan tersebut valid. Untuk menentukan nilai r_{hitung} , dibantu dengan program SPSS *for windows versi 19*.

(b) Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas data, kemudian dilanjutkan dengan menguji reliabilitas data. Uji reliabilitas dapat dilakukan jika alat ukur telah dinyatakan valid. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama.³

Teknik yang digunakan untuk mengukur instrumen dalam penelitian ini adalah dengan teknik *Alpha Cronbach*.⁴ Kuesioner dikatakan reliabel jika *cronbach alpha* (α) > 0,6. Perhitungan reliabilitas alat ukur penelitian ini juga dilakukan dengan bantuan program SPSS *for windows versi 19*.

Adapun rumus dari Alpha Cronbach, yaitu:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

di mana:

r = reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

σt^2 = varians total

³ Ardial, *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*, hlm. 469.

⁴ Sofyan Siregar, *Statistika Deskriptif untuk Penelitian: Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2010), hlm. 175.

Menurut Uma Sekaran, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas sebagai berikut:

- 1) *Cronbach Alpha* $< 0,6$ = reliabilitas buruk
- 2) *Cronbach Alpha* $0,6 - 0,79$ = reliabilitas diterima
- 3) *Cronbach Alpha* $0,8$ = reliabilitas baik⁵

Hasil pengujian dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach alpha* $\geq 0,6$, di mana pengujian reliabilitas menggunakan program SPSS *for windows versi 19*.

Dari hasil uji reliabilitas didapat dua *output* dari yang pertama adalah variabel *variety show Running Man* (X) dan variabel Konsumsi Media (Y). Untuk variabel *variety show Running Man* (X) nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,863 dan untuk variabel Konsumsi Media (Y) sebesar 0,669 karena nilai kedua variabel tersebut diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa alat ukur dalam penelitian tersebut reliabel.

(c) Uji Normalitas Data

Uji normalitas data dilakukan untuk melihat tingkat kenormalan data yang digunakan, apakah data berdistribusi normal atau tidak. Tingkat kenormalan data sangat penting, karena dengan data yang terdistribusi normal, maka data tersebut dianggap dapat mewakili populasi. Cara mendeteksinya adalah dengan melihat penyebaran data pada sumbu diagonal pada grafik normal *P-P Plot of Regression Standardized Residual* sebagai dasar pengambilan keputusannya, jika

⁵ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS*, (Yogyakarta: Mediakom, 2013), hlm. 30.

menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal maka residual pada model regresi tersebut terdistribusi secara normal.⁶

Dari hasil grafik dapat diketahui bahwa titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka residual pada model regresi terdistribusi secara normal.

⁶ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar Analisis Data dengan SPSS, ...*, hlm. 51.