

Riset Komunikasi Metode Kuantitatif

Pertemuan 1 – Orientasi Mata Kuliah & Paradigma Riset Komunikasi
Magister Ilmu Komunikasi

CAPAIAN PEMBELAJARAN

- Menjelaskan filosofi, paradigma, dan karakteristik riset kuantitatif dalam komunikasi.
- Merancang proposal penelitian kuantitatif dengan struktur ilmiah yang tepat.
- Mengembangkan instrumen riset yang valid dan reliabel.
- Melakukan analisis data kuantitatif menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial.
- Menginterpretasikan hasil riset kuantitatif secara kritis untuk mendukung pengembangan teori dan praktik komunikasi.
- Menghasilkan laporan penelitian kuantitatif yang sesuai standar akademik.

Minggu	Topik	Aktivitas
1	Orientasi Mata Kuliah & Paradigma Riset Komunikasi	Pengenalan mata kuliah, filosofi sains, paradigma kuantitatif vs kualitatif.
2	Konsep Dasar Riset Kuantitatif	Karakteristik, kelebihan & keterbatasan, perbedaan dengan metode kualitatif.
3	Identifikasi Masalah & Rumusan Hipotesis	Latihan membuat problem statement, variabel penelitian, dan hipotesis.
4	Tinjauan Pustaka & Model Konseptual	Strategi kajian literatur, kerangka teoritis, model penelitian.
5	Desain Penelitian Kuantitatif	Eksperimen, survei, content analysis kuantitatif, desain korelasional.
6	Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	Probability & non-probability sampling, perhitungan ukuran sampel.
7	Instrumen Penelitian & Skala Pengukuran	Kuesioner, skala Likert, semantic differential, validitas & reliabilitas.
8	Uji Instrumen	Validitas isi, validitas konstruk, uji reliabilitas (Cronbach Alpha).
9	Analisis Statistik Deskriptif	Distribusi data, ukuran tendensi sentral, dispersi, visualisasi data.
10	Analisis Statistik Inferensial Dasar	Uji hipotesis, uji t, ANOVA, korelasi Pearson.
11	Analisis Regresi & Korelasi Lanjutan	Regresi linear sederhana & berganda, asumsi regresi.
12	Uji Lanjutan	Chi-Square, uji non-parametrik, MANOVA (pengenalan).
13	Pengolahan Data dengan SPSS/JASP/R	Latihan praktik software statistik.
14	Interpretasi Hasil Penelitian	Penyusunan tabel, grafik, dan narasi akademik hasil analisis.
15	Penyusunan Proposal Riset Kuantitatif	Bimbingan kelompok membuat proposal riset.
16	Presentasi Proposal & Evaluasi Akhir	Presentasi, umpan balik, evaluasi capaian pembelajaran.

Referensi Utama



Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*. Pearson.



Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (2014). *Mass Media Research: An Introduction*. Cengage.



Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE.



Kerlinger, F. N., & Lee, H. B. (2000). *Foundations of Behavioral Research*. Harcourt.



Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Tujuan Pertemuan



Orientasi Mata Kuliah

- SKS: 4 (250 menit/ pertemuan)

- Metode: ceramah, diskusi, studi kasus, praktikum software statistik

- Evaluasi:

- Partisipasi: 20%

- Tugas: 30%

- UTS: 20%

- UAS (proposal riset): 30%

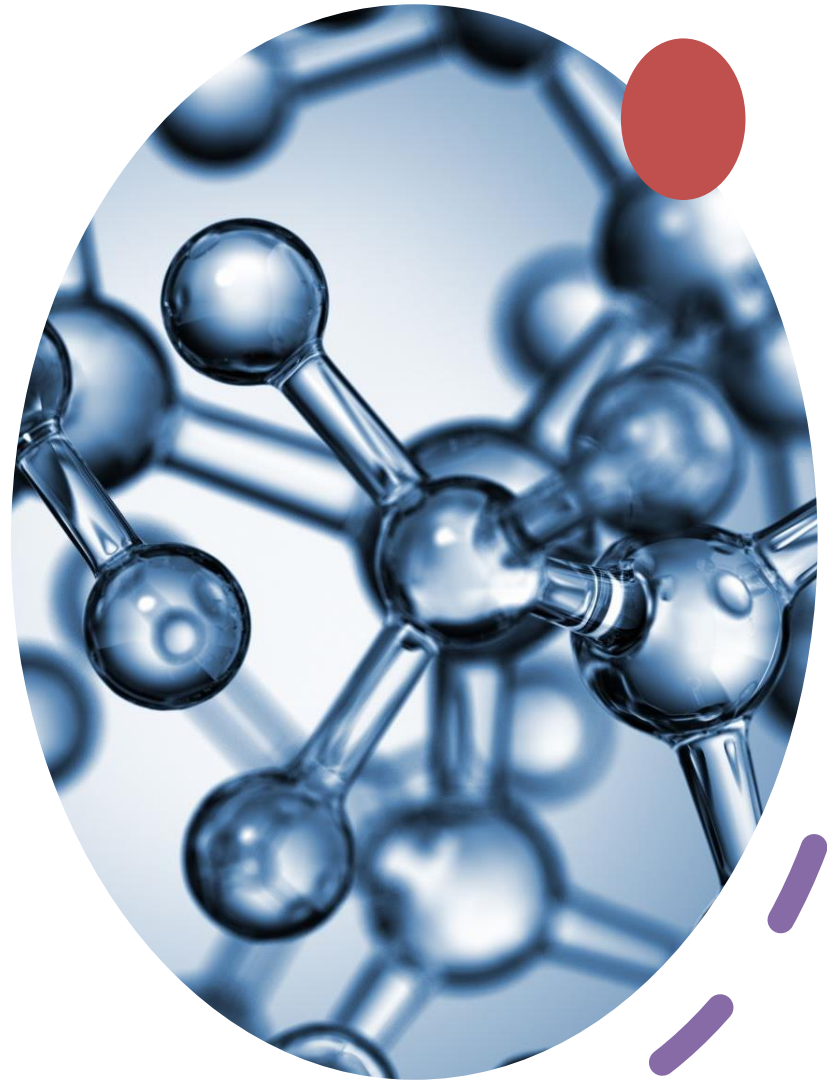
Pentingnya Riset Kuantitatif

- Menjawab pertanyaan dengan data terukur

- Menguji teori melalui hipotesis

- Mencari pola, hubungan, dan prediksi

- Aplikasi: media, komunikasi politik, pemasaran, organisasi



Quantitative Data Collection Methods	Qualitative Data Collection Methods
Fixed and more structured techniques	Semi-structured or unstructured techniques
Instrument or test based	Not instrument or test based
Number-based to collect information	Text-based to collect information
Usually measurable	Not usually measureable
Used for statistical tests	Not used for statistical tests
Usually large sample size	Usually small sample size
Employs strong scientific control	Lacks strong scientific control
Data type is usually rational or interval	Data is usually ordinal or nominal
Interviews forms include closed-ended questions	Interview forms include open-ended questions

- **PENGARUH *ONLINE CAMPAIGN* MELALUI MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BELI *REAL FOOD* DENGAN LITERASI MEDIA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**
(Survey pada Akun Tiktok Rizantifadilaah pada Konten *Eat Your Skincare*)
- **PENGARUH PROMOSI DAN BRAND IMAGE PADA AKUN TIKTOK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG THRIFTING** (Survey Pada Followers Akun @Badjoelama.co)

Aktivitas 1: Studi Kasus

Kasus: Hubungan antara intensitas menonton drama Korea dengan konsumsi produk Korea pada mahasiswa.

- Bagaimana riset kuantitatif menelitinya?

- Bagaimana riset interpretif menelitinya?

- Diskusikan & bandingkan

Apa Itu Paradigma?

- Definisi: cara pandang dasar terhadap realitas & pengetahuan (Kuhn, 1970)

- Paradigma → memengaruhi teori → memengaruhi metode

- Contoh: cara meneliti fenomena komunikasi berbeda tergantung paradigma

Empat Paradigma Ilmu Komunikasi

1. Positivisme – obyektif, hukum universal, kuantifikasi

2. Post-positivisme – probabilistik, falsifikasi, pengujian hipotesis

3. Kritis – ideologi, kekuasaan, emansipasi

4. Konstruktivisme – makna, subjektif, interaksi sosial

Kasus 2

- Penggunaan Media Sosial oleh Mahasiswa Fenomena: Mahasiswa menggunakan Instagram, TikTok, dan Twitter untuk informasi, hiburan, dan partisipasi sosial-politik.

Paradigma	Pertanyaan Penelitian	Fokus	Metode	Hasil yang Dicari
Positivisme	Hubungan penggunaan Instagram & partisipasi politik	Obyektif, deterministik	Survei, statistik sederhana	Hubungan pasti
Post-positivisme	Pengaruh penggunaan Instagram dengan mempertimbangkan faktor lain	Probabilistik, falsifikasi	Survei, regresi, ANOVA	Hubungan probabilistik (tidak absolut)
Konstruktivisme	Makna penggunaan Instagram bagi mahasiswa	Subjektif, makna sosial	Wawancara, FGD	Narasi & tema makna
Kritis	Peran Instagram dalam hegemoni politik	Ideologi, kekuasaan	Analisis wacana kritis	Kritik terhadap struktur kuasa

Fokus Kuliah

- Menggunakan logika ilmiah, hipotesis, dan analisis statistik

- Kita akan berfokus pada positivisme & post-positivisme

- Dasar riset kuantitatif



Contoh Perbedaan Paradigma

Pertanyaan: Apakah penggunaan media sosial meningkatkan partisipasi politik mahasiswa?

- Kuantitatif (positivisme): survei, uji korelasi/regresi
- Kualitatif (konstruktivisme): wawancara, makna subjektif
- Kritis: analisis peran media sosial dalam hegemoni politik

Aktivitas 3: Identifikasi Paradigma

Dari artikel tersebut tentukan paradigma apa yang digunakan

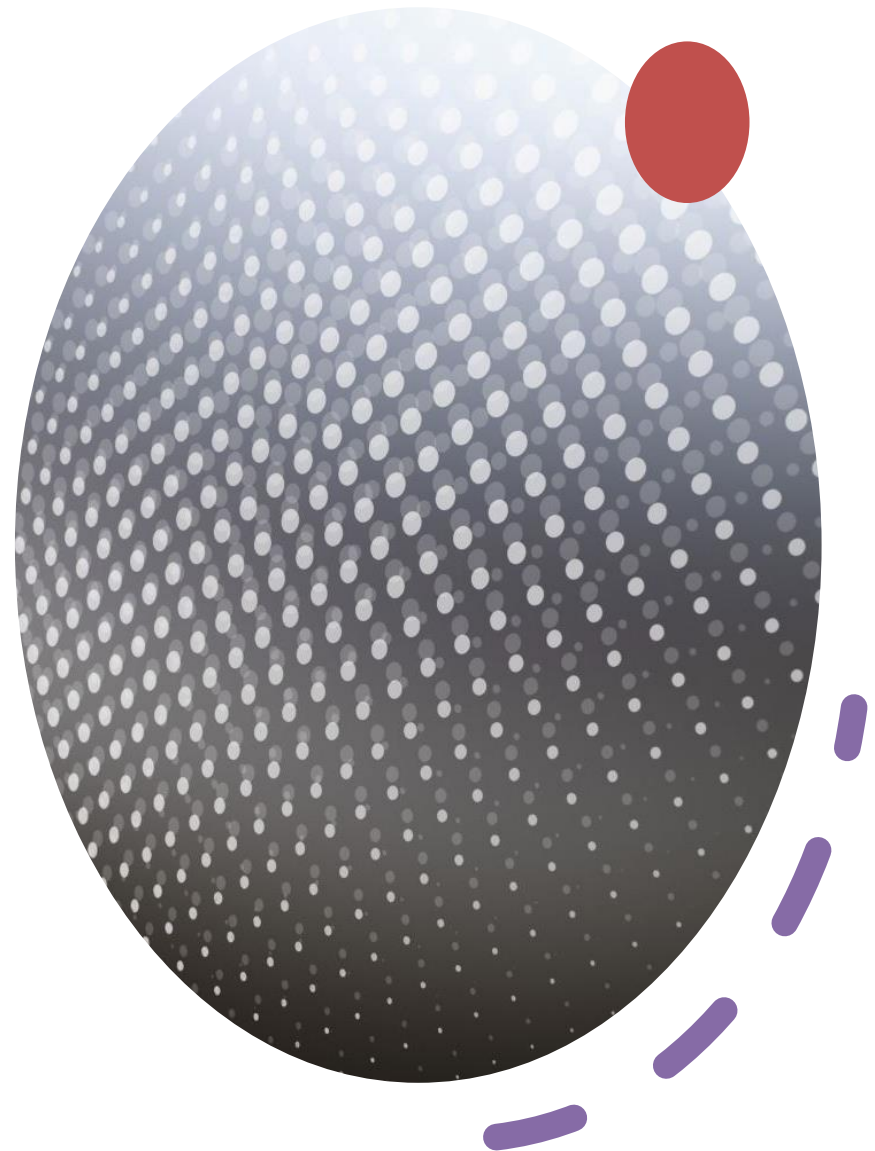
Aktivitas 4:

Refleksi Individu

- Paradigma mana yang paling cocok untuk riset tesis Anda?

- Apa alasannya?

- Sharing



- Sebuah perusahaan meluncurkan kampanye iklan digital di Instagram dan YouTube untuk mempromosikan produk baru. Manajemen ingin tahu **apakah kampanye ini berhasil meningkatkan brand awareness dan minat beli konsumen.**

Penutup

-
- Paradigma = cara pandang penelitian
-
- Paradigma menentukan teori, metode, dan hasil riset
-
- Riset kuantitatif → berakar pada positivisme/post-positivisme
-

Tugas Rumah: Cari 1 artikel jurnal komunikasi kuantitatif, identifikasi:

- Paradigma
-
- Rumusan masalah
-
- Variabel
-
- Metode
-