

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN DAN GAMBARAN UMUM

OBJEK/WILAYAH PENELITIAN

3.1 Metodologi Penelitian

Pada dasarnya, metode penelitian merupakan cara yang ilmiah untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah dapat diartikan sebagai kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Dikatakan rasional maka kegiatan penelitian dilakukan dengan cara yang masuk akal, sehingga bisa terjangkau oleh daya ukur manusia, sehingga orang lain juga dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang logis.

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif korelasional. Penelitian korelasi merupakan suatu penelitian yang melibatkan kegiatan pengumpulan data untuk menentukan, adakah hubungan dan tingkat hubungan antara 2 variabel atau lebih. Penelitian korelasi dilakukan, saat peneliti ingin mengetahui tentang ada atau tidaknya dan kuat lemahnya suatu hubungan variabel yang berkaitan dalam suatu objek atau subjek yang diteliti. Terdapatnya suatu hubungan dan tingkat

variabel ini penting, karena dengan mengetahui tingkat hubungan yang ada, peneliti akan dapat mengembangkannya sesuai dengan tujuan penelitian.

Metode korelasional meneliti hubungan antara variabel-variabel . Metode korelasional digunakan untuk meneliti hubungan atau pengaruh sebab akibat. Keuntungan metode ini adalah kemampuannya memberikan bukti nyata mengenai hubungan sebab akibat yang langsung bisa dilihat (Kriyantono, 2006:62).

3.1.2 Populasi Dan Sample

3.1.2.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari penelitian yang menjadi pusat perhatian dan menjadi sumber penelitian. Lalu peneliti memilih Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba sebagai populasi dalam penelitian ini. Hal tersebut atas pertimbangan karena Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba sudah terbiasa dengan periklanan dan segala hal yang berkaitan dengan *audio visual* di dalam perkuliahan. Oleh karena itu Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba dirasa akan lebih peka jika sebenarnya mereka sedang diterpa iklan saat menonton *web series*.

Peneliti juga menyetarakan jenis kelamin laki laki dan perempuan sebagai populasi pada penelitian ini. Hal ini dikarenakan karena produk Axe tidak hanya diperuntukan untuk laki laki, namun juga terdapat produk Axe untuk perempuan.

Jumlah populasi dari penelitian ini adalah 2035 mahasiswa yang merupakan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. (Puslahta Universitas Islam Bandung, Rabu 1/5/2019).

3.1.2.2 Sampel

Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang di ambil sebagai Responden. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga, dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2008:118).

Teknik sampling dibagi menjadi dua kelompok yaitu *probability sampling* dan *non probability sampling*. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *probability sampling*. Menurut Sugiyono (2017:82) “*probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel”.

Probability sampling terdiri dari *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *disproportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan *simple random sampling*, kemudian menurut Sugiyono (2017:82) *Simple Random Sampling* adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.

Setelah menentukan *sampling* dalam penelitian, peneliti harus menentukan jumlah sampel dari banyaknya populasi. Dari jumlah populasi sebanyak 2035, peneliti mendapatkan jumlah sample sebanyak 96 dengan *confident level 95%* dan *margin of error 10%* dengan penghitungan menggunakan rumus Slovin.

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

Keterangan:

n : sampel

N : populasi

e : *margin of error*

Dengan menggunakan rumus Slovin di atas, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{2035}{1 + 2035 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{2035}{1+20.35}$$

$$n = \frac{2035}{21.35}$$

$$n = 95,31$$

$$n = 96$$

Dari jumlah populasi yang di ambil dari Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba yang berjumlah 2035 orang, yang dihitung menggunakan rumus Slovin diatas menghasilkan jumlah 95,31. Dengan alasan mempermudah perhitungan, maka sampel minimum dibulatkan menjadi 96 orang Responden.

3.1.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan salah satu komponen penting dalam penelitian. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini berpengaruh pada proses analisis data dan penarikan kesimpulan. Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah

1. Angket

Pengertian angket menurut Hamidi (2007 : 140) “angket atau kuisisioner adalah teknik pengumpulan data melalui pembuatan daftar pertanyaan dengan jumlah pilihan jawaban yang telah ditetapkan oleh peneliti.”

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisisioner yang berisi daftar pertanyaan berstruktur kepada sampel penelitian yang telah ditetapkan. Penelitian ini menggunakan jenis angket tertutup. Responden sudah diberikan alternatif pilihan jawaban oleh peneliti. Tingkat pengukuran yang digunakan adalah skala ordinal. Untuk penelitian ini, digunakan angket tertutup.

2. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan penelitian yang dilakukan dengan menghimpun data-data melalui buku-buku serta referensi yang relevan untuk mendukung penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan dibahas. Penghimpunan data dilakukan dengan membaca literatur ilmiah, buku, serta referensi lainnya. Untuk penelitian ini, studi pustaka yang digunakan adalah dengan membaca buku, jurnal, dan kanal *Youtube* Axe.

3. Wawancara

Cara terbaik untuk mengetahui persepsi, pendapat, tanggapan, atau pemikiran orang lain adalah dengan melakukan wawancara. Seperti diungkapkan Patton (2002 : 341), wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab. Wawancara dilakukan melalui percakapan tatap muka antara Responden dan pewawancara. Adapun narasumber yang akan diwawancarai yaitu para Responden yang mengisi angket dimana wawancaranya lebih memfokuskan pada alasan memilih dari setiap pertanyaan angket atau kuisioner yang diberikan.

3.1.4 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu atribut, sifat, atau nilai dari orang objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. (Sugiyono,2010 : 38). Tujuannya agar peneliti dapat mencapai suatu alat ukur sesuai dengan variabel yang sudah didefinisikan kosennya.

Pada operasional variabel ini peneliti menggunakan 3 indikator untuk variabel X, diantaranya adalah dimensi frekuensi, dimensi durasi, dan dimensi intensitas. Sedangkan untuk variabel Y yaitu minat beli menurut Kotler & Keller (2009:235), peneliti hanya menggunakan 3 alat ukur yaitu pengenalan kebutuhan/masalah, pencarian informasi dan evaluasi alternatif. Hal ini dilakukan karena penelitian ini hanya meneliti sebatas minat beli dari mahasiswa sehingga

tidak memasukan 2 alat ukur lainnya yaitu keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

Tabel 3.1
Operasional Variabel

Variabel	Indikator	Alat Ukur	Skala
Variabel X <i>Advertising Exposure Process</i> Batra, Myers, dan Aaker(1996:89)	Dimensi Frekuensi dalam menonton tayangan <i>web series</i> Axe: $Kostan \frac{AX}{3}$	<ul style="list-style-type: none"> - Pengulangan menonton <i>web series</i> - Continuitas dalam menonton <i>web series</i> - <i>Pop up</i> iklan 	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat setuju - Setuju - Netral - Tidak setuju - Sangat tidak setuju
	Dimensi durasi dalam menonton tayangan <i>web series</i> Axe: $Kostan \frac{AX}{3}$	<ul style="list-style-type: none"> - Durasi per-episode - Jangka waktu penayangan dari satu episode ke episode lainnya 	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat setuju - Setuju - Netral - Tidak setuju - Sangat tidak setuju
	Dimensi Intensitas dalam menonton tayangan <i>web series</i> Axe: $Kostan \frac{AX}{3}$	<ul style="list-style-type: none"> - Ide Cerita - <i>Visual</i> - <i>Audio</i> - Kreatifitas - Kredibilitas Aktor dan Aktris 	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat setuju - Setuju - Netral - Tidak setuju - Sangat tidak setuju
Variabel Y Minat Beli Menurut Kotler & Keller (2009:235)	Minat Beli	<ul style="list-style-type: none"> - Pengenalan kebutuhan/masalah - Pencarian Informasi - Evaluasi alternatif 	<ul style="list-style-type: none"> - Sangat setuju - Setuju - Netral - Tidak setuju - Sangat tidak setuju

Dalam menentukan nilai dari operasional variabel diatas peneliti menggunakan skala *likert* dari Ridwan (2012:27) dengan ketentuan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Skala Likert

No	Skala Pengukuran	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Tabel diatas menunjukkan skor dari pengukuran skala *likert*. Skala ini digunakan dengan menjabarkan variabel yang diukur menjadi indikator variabel dan kemudian indikator tersebut dijadikan titik tolak yang berupa pernyataan.

3.1.5 Teknik Analisis Data

Analisis adalah pengelompokkan, membuat suatu urutan, memanipulasi serta meningkatkan data sehingga mudah untuk dibaca, serta menerangkan sesuatu atau memberikan deskripsi terhadap sesuatu. Data yang diperoleh dalam penelitian ini diakumulasikan dan disusun secara sistematis. Berdasarkan hal tersebut, untuk menganalisis data, maka dilakukan Teknik analisis data inferensial.

Teknik statistik inferensial bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2009 : 12). Teknik ini digunakan

untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Uji statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis tersebut adalah uji korelasi *Rank Spearman* (data penelitian berskala ordinal).

Untuk menghitung korelasi antara X dan Y maka digunakan rumus *Rank Spearman*. Rumusnya yaitu:

$$r_s = 1 - \frac{6\sum D^2}{n(n^2 - 1)}$$

(Kriyantono, 2012:178)

Keterangan:

Rs (rho)	= koefisien korelasi <i>rank-order</i>
6	= angka enam, yaitu bilangan konstan
Σ	= sigma atau jumlah perkalian perbedaan antara dua set nilai yang sudah diurutkan
N	= jumlah individu dalam sampel.

Rumus korelasi *rank spearman* digunakan untuk menguji hubungan antara kedua variabel karena data yang diperoleh dari penelitian ini merupakan data ordinal. Acuan untuk menginterpretasikan nilai korelasi didapat dari data berikut:

Tabel 3.3
Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi
Sumber: Sugiyono, 2012: 214

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Lalu setelah itu dilakukan uji hipotesis untuk melihat signifikansi yang dilakukan dengan mendistribusikan rumus *student t* dengan rumus sebagai berikut:

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

rs = Koefisien korelasi *rank Spearman*

n = Jumlah sampel

Kriteria pengujianya dengan menggunakan taraf signifikan 5%

Selanjutnya membandingkan nilai t_{hitung} terhadap t_{tabel} dengan melihat harga kritis *t*. Kriteria hasil pengujianya adalah sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara statistik variabel X mempunyai hubungan terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya secara statistik variabel X tidak mempunyai hubungan terhadap variabel Y.

3.1.6 Uji Validitas Dan Reabilitas

3.1.6.1 Uji Validitas

Validitas atau kesahihan merupakan tingkat kesesuaian antar suatu batasan konseptual yang diberikan dengan bantuan operasional yang telah dikembangkan. Validitas berkaitan dengan kesesuaian antar suatu konstruk atau indikator yang digunakan untuk mengukurnya. Menurut Rakhmat (2007 : 17), “validitas adalah menunjukkan kecermatan atau keabsahan dan kesesuaian alat ukur yang digunakan untuk mengukur dengan variabel, jadi validitas menyangkut dengan isi variabel dan kegunaan alat ukur.”

Validitas bertujuan untuk menguji sejauh mana alat ukur, dalam hal ini kuesioner, mengukur apa yang hendak diukur atau sejauh mana alat ukur yang digunakan mengenai sasaran. Semakin tinggi validitas suatu alat tes, maka alat tersebut akan semakin mengenai sasarannya, atau semakin menunjukkan apa yang seharusnya diukur. Berdasarkan tabel *r product moment* (Sugiyono, 2009:179), syarat minimal untuk dianggap dapat memenuhi syarat adalah jika $r \geq 0,30$ maka dinyatakan valid.

Adapun rumus yang digunakan untuk menguji validitas butir pernyataan dalam penelitian ini dengan menggunakan korelasi *Pearson* sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - \sum X^2)} \sqrt{(N\sum Y^2 - \sum Y^2)}}$$

(Kriyantono, 2006:467)

Keterangan:

r_{xy} = r_{hitung}

X = Skor pada item ke-i

Y = Jumlah skor yang diperoleh tiap Responden

n = Banyak Responden

Dalam mengolah data untuk dapat menguji apakah instrumen valid atau tidak, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak *IBM SPSS Statistic 22* dengan memasukkan data menggunakan model *Pearson* untuk menyimpulkan ketika nilai koefisien r_{hitung} akan dibandingkan dengan nilai r_{tabel} . Adapun kriteria pengambilan data sebagai berikut:

1. Valid \rightarrow nilai $r_{hitung} \geq$ nilai r_{tabel}

2. Tidak Valid \rightarrow nilai $r_{hitung} <$ nilai r_{tabel}

Adapun nilai r_{hitung} dalam penelitian ini adalah 0,202. Berikut adalah hasil perhitungan nilai korelasi yang diperoleh peneliti dengan bantuan aplikasi *IBM SPSS Statistic 22*.

Tabel 3.4
Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item Pertanyaan	Nilai Korelasi(r_{hitung})	Nilai Batas	Status
1	Variabel X	P6	0,333	0,202	Valid
2		P7	0,518	0,202	Valid
2		P8	0,586	0,202	Valid
3		P9	0,586	0,202	Valid
4		P10	0,645	0,202	Valid

5	P11	0,681	0,202	Valid
6	P12	0,584	0,202	Valid
7	P13	0,648	0,202	Valid
8	P14	0,666	0,202	Valid
9	P15	0,641	0,202	Valid
10	P16	0,505	0,202	Valid
11	P17	0,730	0,202	Valid
12	P18	0,602	0,202	Valid
13	P19	0,666	0,202	Valid
14	P20	0,610	0,202	Valid
15	P21	0,490	0,202	Valid
16	P22	0,580	0,202	Valid
17	P23	0,630	0,202	Valid
18	P24	0,692	0,202	Valid
19	P25	0,545	0,202	Valid
20	P26	0,501	0,202	Valid
21	P27	0,533	0,202	Valid
22	P28	0,679	0,202	Valid
23	P29	0,711	0,202	Valid
24	P30	0,722	0,202	Valid
25	P31	0,657	0,202	Valid
26	P32	0,672	0,202	Valid
27	P33	0,683	0,202	Valid
28	P34	0,727	0,202	Valid
29	P35	0,736	0,202	Valid
30	P36	0,722	0,202	Valid
31	P37	0,740	0,202	Valid

32	Variabel Y	P38	0,699	0,202	Valid
33		P39	0,604	0,202	Valid
34		P40	0,827	0,202	Valid
35		P41	0,816	0,202	Valid
36		P42	0,748	0,202	Valid
37		P43	0,481	0,202	Valid
38		P44	0,775	0,202	Valid
39		P45	0,435	0,202	Valid
40		P46	0,681	0,202	Valid
41		P47	0,670	0,202	Valid
42		P48	0,705	0,202	Valid
43		P49	0,802	0,202	Valid
44		P50	0,807	0,202	Valid
45		P51	0,743	0,202	Valid
46		P52	0,653	0,202	Valid
47		P53	0,752	0,202	Valid
48		P54	0,805	0,202	Valid
49		P55	0,794	0,202	Valid
50		P56	0,651	0,202	Valid

Melalui uji validatas penulis mendapati semua butir soal dalam variabel di atas valid. Semua pertanyaan dinyatakan valid, maka dapat dijelaskan bahwa dari masing–masing variabel baik. Dengan jumlah sampel sebanyak 96 dan $\alpha = 0.05$, maka didapatkan harga r tabel sebesar 0,202. Jadi, kesemua item tersebut di atas dinyatakan valid karena harga koefesien bobot total (rhasil) positif dan lebih besar dari pada harga r tabel.

3.1.6.2 Uji Reabilitas

Uji reliabilitas menurut Sugiyono (2010:354) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur sama.

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner dapat diandalkan, suatu alat ukur dapat diandalkan jika alat ukur tersebut digunakan berulang kali akan memberikan hasil yang relatif sama (tidak berbeda jauh). Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistika, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabilitasnya lebih besar dari 0.60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel).

Uji reliabilitas dihitung menggunakan aplikasi SPSS dengan menginput model *Alpha Cronbach* yang mana teknik ini dapat digunakan untuk menentukan reliabilitas instrumen yang digunakan pada penelitian. Adapun tolak ukur utk derajat reliabilitas sebagai berikut

Tabel 3.5
Tolak Ukur Derajat Reliabilitas

Koefisien reliabilitas	Kriteria reliabilitas
$0,81 < r \leq 1,00$	Sangat Tinggi
$0,61 < r \leq 0,80$	Tinggi
$0,41 < r \leq 0,60$	Cukup
$0,21 < r \leq 0,40$	Rendah
$0,00 < r \leq 0,21$	Sangat Rendah

Berikut adalah hasil perhitungan menggunakan aplikasi IBM SPSS 22

Tabel 3.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha (α)</i>	Nilai Kritis	Keterangan
Advertising Exposure Process (Variabel X)	0,960	0.60	Sangat Andal
Minat Beli (Variabel Y)	0,940	0.60	Sangat Andal

Pada pengujian reliabilitas pada tabel diatas, semua variabel dikatakan reliabel/handal sehingga data layak digunakan untuk pengujian hipotesis selanjutnya karena *croanbach's alpha*-nya lebih dari 0.60.

3.1.7 Keterbatasan dan Kelemahan Penelitian

3.1.7.1 Keterbatasan

Terdapat keterbatasan dalam penelitian ini, yakni keterbatasan ilmu yang peneliti miliki, sehingga masih banyak melakukan kesalahan baik dari penulisan maupun pemahaman materi. Namun, peneliti sangat dibantu dengan adanya dosen pembimbing juga dosen-dosen penguji saat sidang Usulan Penelitian dalam penyelesaian permasalahan yang peneliti alami.

3.1.7.2 Kelemahan

1. Peneliti hanya mengambil sampel 96 orang Responden
2. Sedikitnya jumlah sampel yang diambil karena keterbatasan tenaga dan waktu peneliti untuk melakukan penelitian

3.2 Gambaran Umum Objek/Wilayah Penelitian

3.2.1 Gambaran Umum Produk Axe

Axe adalah sebuah merek produk perawatan pria yang dimiliki perusahaan multinasional Unilever. Produk Axe diluncurkan untuk pertama kalinya pada tahun 1983 di Perancis. Axe sukses di Perancis dan dewasa ini Axe dapat dengan mudah ditemui di lebih dari 60 negara dan telah menjadi deodoran nomor satu di pasar Eropa dan Amerika Latin. Selain itu Axe sudah dikenal di Amerika Serikat (dikenal sebagai Lynx) dan Asia. Di Indonesia, produk Axe menjadi produk terkemuka dalam segmen deodoran pria.

3.2.2 Web Series Axe

Web series adalah salah satu bentuk tontonan internet. Istilah *web series* juga dikenal sebagai *webpisode*. Konsep *web series* ini mirip dengan program acara televisi namun dengan durasi tayang yang relatif pendek, sekitar 5-15 menit. Format acaranya bisa bermacam-macam, seperti sinetron atau FTV (Film Televisi), *talkshow*, *tips and trick*, *tutorial*, berita maupun serial *video blog/vlog*.

Trend baru dalam mempromosikan produk dengan cara membuat *web series* ini ternyata dilakukan oleh produsen Axe dengan cukup serius. Hal ini terbukti dengan munculnya beberapa judul *web series* di kanal *youtube* “axeindonesia” dengan cerita yang bermacam-macam dan bisa dibilang cukup menarik.



Gambar 3.1

Thumbnail web series Koston AX/3

Keseriusan Axe dalam melakukan promosi melalui *web series* ini di tunjukan dengan adanya *web series* terbaru yang berjudul Koston AX/3 yang menceritakan suka dukanya menjadi anak kuliah sekaligus anak koston yang harus serba mandiri dalam memenuhi kebutuhan masing masing. Belum lagi kewajiban membayar koston yang menjadi momokarganya tiap bulan. Beruntungnya, Koston AX/3 milik Mas Jay (Abimana Aryasatya) itu santai, adem, dan lingkungannya asik. Namun, Koston Mas Jay dihuni pemuda pemuda sulit diatur dan sering bikin onar yaitu Agit (Albert Halim), Hari (Muhadkly Acho), dan Rikat (Dimas Danang). *Web series* ini sudah tayang seluruh episode yang berjumlah 5 episode dengan rentan durasi sekitar 7-15 menit.