

## BAB III

### OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

##### 3.1.1 *Inilah Koran* sebagai perusahaan yang melakukan *Brand Activation*

Sebelumnya *Inilah Koran* terletak di Jalan Buah Batu No. 32 Bandung. Namun saat ini kantor redaksi *Inilah Koran* sudah berpindah ke gedung Inilah Graha Pasim yang terletak di Jalan Terusan Pasteur No. 167 Bandung, Jawa Barat.

Pendiri *Inilah Koran*, yaitu Bapak Muchlis Hasyim. Diberi nama “*Inilah Koran*” karena pendiri mengaku memiliki prinsip “informasi adalah milik publik dan tidak boleh dijual belikan”. Sehingga berita yang dihasilkan murni langsung dari narasumber, bukan karena hasil transaksi ekonomi melainkan kemampuan mengemas, memasarkan dan dengan strategi inovasi yang baik.



**Gambar 3.1**

Logo *Inilah Koran*

Sumber: *Inilah Koran*

*Inilah Koran* adalah media cetak nasional yang terbit di Kota Bandung sejak 1 November 2011 terbit setiap hari 24 halaman full colour dengan jumlah oplah rata-rata 65.000 eksemplar / hari. Media cetak baru bukan berarti miskin

pengalaman, karena *Inilah Koran* diawali oleh pelaku bisnis dan jurnalis yang handal dalam bidangnya.

Selain itu, memiliki basis dukungan portal berita papan atas di Indonesia dalam satu grup, yakni [www.inilah.com](http://www.inilah.com), [www.jakartapress.com](http://www.jakartapress.com), [www.yangmuda.com](http://www.yangmuda.com), [www.inilahkoran.com](http://www.inilahkoran.com) dan majalah *Inilah Review*. Tampilan *Inilah Koran* jauh lebih menarik, sehingga menjadi media alternatif bagi pembaca dan pemasang iklan.

Diminati karena kualitas dan produknya, komitmen mengangkat Jawa Barat ke pentas nasional dan keseriusan menjadikan informasi sebagai kebutuhan masyarakat. Kualitas kertas terbaik dan hasil cetak berkelas dengan mesin sendiri menunjukkan komitmen *Inilah Koran* siap bersaing dengan seluruh produk sejenis.

Tujuan didirikan media cetak *Inilah Koran* adalah untuk menjadikan perusahaan media cetak pertama di Jawa Barat yang berbasis IT. Dari mulai memasang barcode di lembaran koran sehingga bisa di akses di internet, bisa terlihat 3 dimensi dan menggabungkan dengan teknologi yang baru-baru lainnya.

*Inilah Koran* memiliki prinsip “yang berfokus pada skema jurnalisme positif”, dimana informasi adalah milik publik dan tidak boleh diperjualbelikan dalam keadaan bagaimanapun. Strategi *Inilah Koran* adalah mengembangkan koran media cetak yang dipadupadankan dengan online, dan melakukan penambahan posko di beberapa daerah karena selama ini baru ada 2 biro, yaitu Bandung dan Bogor. Sedangkan di utara ada Cirebon, Tasikmalaya dan

Pangandaran. Penambahan posko ini bertujuan untuk mengembangkan dan memperluas wilayah edar.

Strategi *Inilah Koran* yang lainnya adalah fokus pada pengembangan sirkulasi dari konten, SDM, jangkauan edar dan terutama harus sudah mulai orientasi ke bisnis untuk mengembangkan biaya perusahaan sendiri, tanpa harus selalu bergantung pada sponsor.

*Inilah Koran* pada awalnya memang tidak mempunyai anggaran yang besar, tetapi *Inilah Koran* menghitung dari setiap event yang telah terselenggara. Alokasi atau ruang kosong untuk kerjasama ada 5% dari setiap event, dan memanfaatkan dari client yang telah beriklan di *Inilah Koran*.

Program kerja di *Inilah Koran* sendiri setiap tahunnya akan berbeda, karena ini adalah salah satu ciri bahwa *Inilah Koran* sudah berkembang baik di wilayah edar, dan memiliki kualitas yang baik juga. *Inilah Koran* juga sudah meraih penghargaan Silver Winner Indonesia Print Media Award (IPMA) 2013 untuk kategori The Best Of Java Newspaper.

Adapun visi-misi, motto dan struktur organisasi *Inilah Koran*, adalah sebagai berikut:

a. **Visi *Inilah Koran***

Menjadi perusahaan media informasi terpadu yang terbaik di Indonesia.

b. **Misi *Inilah Koran***

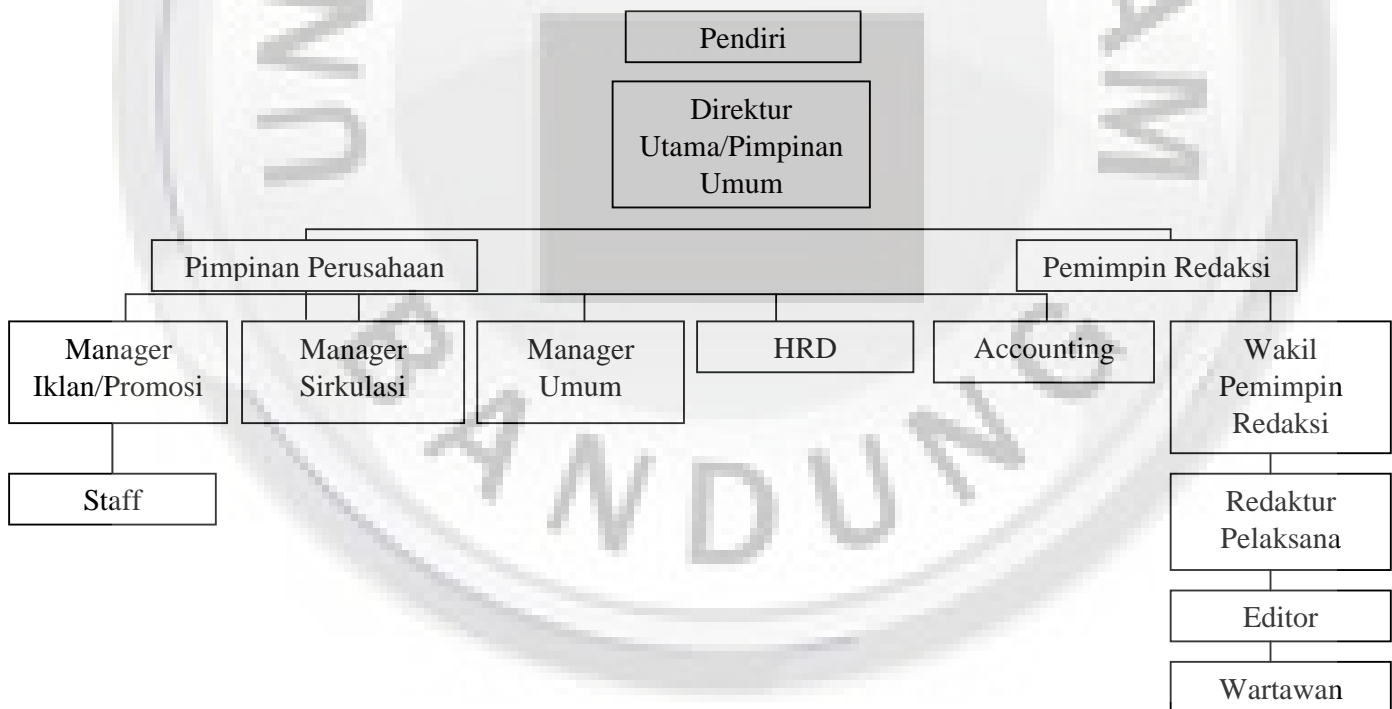
1. Memberikan informasi yang taat azas, sehat, adil berimbang, jujur, beretika dan menginspirasi.

2. Meningkatkan benefit dan nilai tambah positif bagi publik dan stakeholder perusahaan.
3. Menjadi garda terdepan menjaga Indonesia dalam bidang informasi.
4. Mengedepankan profesionalisme dan kerja sama tim dalam menghasilkan layanan yang berkualitas.
5. Membangun perusahaan media yang sehat dan menguntungkan secara finansial.

**c. Motto *Inilah Koran***

“Telinga, mata, dan hati rakyat”.

**d. Struktur Organisasi**



**Tabel 3.2**

Struktur Organisasi

Sumber: *Inilah Koran*

### 3.1.2 *Event* “Tanda Cinta Untuk Warga”

*Event* aksi peduli bertajuk “Tanda Cinta Untuk Warga” yang diadakan oleh *Inilah Koran* ini merupakan kampanye peduli lingkungan dengan sasaran masyarakat luas khususnya kalangan ibu rumah tangga.

Point penting yang bisa kita ambil dalam *event* “Tanda Cinta Untuk Warga” ini sangat banyak, yaitu:

- Aksi peduli ini merupakan gerakan pembagian goody bag secara gratis kepada satu juta warga di Jawa Barat.
- *Event* ini bisa diikuti oleh lembaga pemerintahan maupun swasta, bahkan perorangan pun bisa mengikuti.
- Periode pertama program dimulai pada bulan Maret hingga November 2015, dengan target 10.000 goody bag per bulan.
- Secara bertahap *event* ini akan terus berlangsung di tahun berikutnya.
- *Event* ini digelar sebagai bentuk kepedulian dan dukungan terhadap pemerintah dalam penanganan sampah plastik.
- Menumbuhkan semangat menjaga lingkungan sekaligus bentuk keterlibatan masyarakat dalam kampanye lingkungan.
- Penghematan pengeluaran untuk kalangan ibu rumah tangga, karena goody bag ini bisa dimanfaatkan untuk tas berbelanja.

Tujuan *event* “Tanda Cinta Untuk Warga” ini dilaksanakan adalah, sebagai berikut:

- Menumbuhkan rasa peduli lingkungan di kalangan masyarakat.

- Bentuk dukungan terhadap program pemerintah khususnya dalam penanganan sampah plastik.
- Bentuk CSR perusahaan-perusahaan dengan benefit berupa promosi perusahaan.
- Mengajarkan pola hemat kepada masyarakat, khususnya ibu rumah tangga.
- Melibatkan masyarakat untuk menjadi bagian dari kampanye lingkungan.

## **3.2 Metodologi Penelitian**

### **3.2.1 Metode Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan penelitian studi deskriptif dengan data kualitatif.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian (Sugiyono, 2009:13).

Beberapa ciri khas penelitian kuantitatif menurut Hamidi dalam buku Metode Penelitian dan Teori Komunikasi, yaitu:

1. Dilakukan untuk mengukur satu atau lebih variabel penelitian.
2. Permasalahan penelitiannya adalah menanyakan tentang tingkat pengaruh atau keeratan hubungan antar dua variabel atau lebih.
3. Dilakukan untuk menguji teori yang sudah ada yang dipilih peneliti.
4. Memfungsikan teori sebagai titik tolak menemukan konsep yang kemudian dijadikan variabel.
5. Menggunakan hipotesis sejak awal ketika peneliti telah menetapkan teori yang digunakan.

6. Lebih mengutamakan teknik pengumpulan data kuesioner.
7. Penyajian datanya berupa tabel distribusi pilihan jawaban para responden yang ditentukan oleh peneliti.
8. Menggunakan perspektif etik.
9. Menggunakan definisi operasional karena hendak mengukur variabel.
10. Penentuan ukuran responden (sampel) menggunakan persentase, rumus atau tabel populasi sampel.
11. Alur penarikan kesimpulannya berproses secara deduktif, yakni dari konsep, variabel ke data.
12. Instrumen penelitiannya berupa kuesioner atau angket.
13. Analisis datanya dilakukan setelah data terkumpul.
14. Kesimpulannya berupa tingkat hubungan antar variabel (Hamidi, 2007:25-28).

Penelitian deskriptif ditujukan untuk:

1. Mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.
5. Titik berat pada observasi dan suasana alamiah.

Penelitian deskriptif tidak jarang melahirkan apa yang disebut Seltiz, Wrightsman, dan Cook sebagai penelitian yang *insightstimulating*. Peneliti terjun ke lapangan tanpa dibebani atau diarahkan oleh teori. Penelitian deskriptif bukan saja menjabarkan, tetapi juga memadukan (Rakhmat, 2012:25-26).

Di dalam penelitian ini penulis hanyalah memaparkan dan menjelaskan situasi atau peristiwa yang diteliti, karena metode deskriptif mencari teori bukan menguji teori.

### 3.2.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Penulis melakukan penelitian ini dimulai dari bulan April – Oktober 2015.

Dimana penulis menelaah hasil wawancara dengan beberapa pihak yang terkait dan observasi mengenai bahasan yang penulis teliti, yaitu tentang *brand activation* yang dilakukan oleh *Inilah Koran*. Sedangkan lokasi penelitiannya

terletak di Kantor *Inilah Koran* Jl. Terusan Pasteur No.167, Bandung – Jawa Barat.

### 3.2.3 Narasumber

Dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis, penulis menggunakan narasumber sebagai bahan atau sumber utama untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan oleh penulis. Narasumber dalam penelitian ini adalah perusahaan media cetak *Inilah Koran* yang melaksanakan event berkaitan dengan *brand activation*.

Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari 4 orang dari pihak *Inilah Koran* dan 3 orang perwakilan dari masyarakat saat *event* berlangsung. Penulis mengambil narasumber ini karena memiliki 3 kriteria, yaitu orang yang bertanggung jawab dalam kegiatan promosi (manager), orang yang terlibat dalam kegiatan (staff), dan calon konsumen atau masyarakat yang terlibat.

### 3.2.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini adalah:

Variabel: *Brand Activation Inilah Koran* dalam Memperkenalkan Merek

Indikator 1: Visi

Alat ukur: 1. Kampanye sehat (penanganan sampah yang baik, kepedulian tentang pola hidup sehat, penanaman bibit pohon dalam polybag, gerakan pungut sampah)

2. Memperkenalkan dan meningkatkan brand

3. Membantu dalam mengurangi sampah dan menjaga lingkungan



## Indikator 2: Sumber daya manusia

### Alat ukur: 1. Pihak perusahaan:

- Manager Iklan (Ketua Pelaksana Event)
- Manager HRD (Staff Pelaksana Event)
- Manager Umum (Staff Pelaksana Event)
- Accounting (Staff Pelaksana Event)

### 2. Pihak sponsor

### 3. Calon konsumen

## Indikator 3: Proses pelaksanaan kegiatan

### Alat ukur: 1. Proses pelaksanaan sebelum kegiatan

### 2. Proses pelaksanaan saat kegiatan

### 3. Proses pelaksanaan sesudah kegiatan

## Indikator 4: Bentuk kerjasama tim

### Alat ukur: 1. Membangun suasana kekeluargaan

### 2. Membuat rapat koordinasi

### 3. Mengadakan *outbond* atau *gathering*

## Indikator 5: Keterlibatan calon konsumen

### Alat ukur: 1. Keterlibatan masyarakat dalam kampanye sehat

### 2. Keterlibatan masyarakat dalam penanaman bibit pohon

### 3. Keterlibatan masyarakat dalam gerakan pungut sampah

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh penulis ada 3, yaitu:

#### 1. Wawancara

Wawancara merupakan alat pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realita atau gejala yang dipilih untuk diteliti. Wawancara berarti mengajukan pertanyaan mendalam ke subjek sebagai informan (Pawito, 2007:132).

Untuk penelitian ini penulis melakukan wawancara kepada 4 orang karyawan *Inilah Koran*, yaitu Bapak Ghiok Riswoto selaku *Manager Iklan*, Ibu Tiwi selaku *Manager HRD*, Bapak Aris Sandhi selaku *Manager Umum*, Ibu Ica selaku *Accounting*, dan 3 orang perwakilan dari masyarakat saat *event* berlangsung.

#### 2. Observasi

Observasi adalah bagian dalam pengumpulan data. Observasi berarti mengumpulkan data langsung dari lapangan.

Proses observasi dimulai dengan mengidentifikasi tempat yang hendak diteliti. Setelah tempat penelitian diidentifikasi, dilanjutkan dengan membuat pemetaan, sehingga diperoleh gambaran umum tentang sasaran penelitian. Kemudian peneliti mengidentifikasi siapa yang akan diobservasi, kapan, berapa lama dan bagaimana (Semiawan, 2005: 112).

Melalui penelitian ini penulis mengumpulkan data dengan mengamati secara langsung terhadap subjek yang diteliti di lokasi penelitian, guna

memperoleh data dan informasi mengenai objek penelitian. Observasi yang dilakukan penulis selama 7 bulan dari bulan April – Oktober 2015.

### 3. Dokumen

Dokumen yang dilakukan oleh penulis adalah mencari data-data informasi dengan cara menelaah pendapat-pendapat ahli, inti pikiran yang berasal dari buku-buku yang berkaitan dengan *brand activation*, jurnal, makalah, skripsi, dokumen-dokumen *Inilah Koran* yang berkaitan dengan *event* tersebut, dan bahan-bahan lainnya yang berkaitan dan merujuk dengan apa yang di bahas oleh penulis.

#### 3.2.6 Teknik Analisis Data

Analisis dalam penelitian merupakan bagian dalam proses penelitian yang sangat penting, karena dengan analisis inilah data yang ada akan nampak manfaatnya terutama dalam memecahkan masalah penelitian.

Proses analisis dilakukan setelah melalui proses klasifikasi berupa pengelompokan/pengumpulan dan pengategorian data ke dalam kelas-kelas yang telah ditentukan.

Klasifikasi data sebagai awal mengadakan perubahan dari data mentah menuju pada pemanfaatan data sehingga dapat terlihat kaitan satu dengan lainnya, juga tindakan ini sebagai awal penafsiran untuk analisis.

Bagi peneliti analisis data merupakan kegiatan yang cukup berat dalam merumuskan guna menjawab suatu permasalahan dan mewujudkan rumusan tersebut untuk mudah dicerna secara nalar dan runtun.

Kegiatan klasifikasi menuju pada proses analisis dilakukan setelah melalui proses editing, yaitu melihat data secara keseluruhan dari masing-masing petugas lapangan untuk dilihat kesempurnaannya dengan mencocokkan pada alat pengumpul data ataupun dengan cara mencocokkan pada permasalahan pokok penelitian yang menjadi tujuan akhir.

Analisis data kuantitatif, yaitu data dalam bentuk jumlah dituangkan untuk menerangkan suatu kejelasan dari angka-angka atau meperbandingkan dari beberapa gambaran sehingga memperoleh gambaran baru, kemudian dijelaskan kembali dalam bentuk kalimat/uraian (Subagyo, 1997:104-106).

Teknik penyajian dan analisis data kuantitatif dilakukan menggunakan uji statistik. Ada berbagai macam uji statistik yang dapat diterapkan, mulai dari yang

paling sederhana sampai yang kompleks tergantung dari jenis data dan masalah/tujuan penelitian. Adapun tahapan analisis data, sebagai berikut:

a. Penyajian Data dalam Bentuk Tabel

Data yang telah dikumpulkan dari lapangan disajikan dalam tabel. Tabel merupakan angka-angka berdasarkan kategori tertentu.

b. Penyajian Data dalam Bentuk Grafik/Diagram

Data yang telah disajikan dalam bentuk tabel dapat juga diinterpretasikan dalam bentuk grafik/diagram dengan tujuan untuk memudahkan orang membaca suatu data.

c. Deskripsi dan Ukuran Data

Deskripsi data adalah menggambarkan karakteristik atau ukuran sekelompok data yang dianalisis dengan menggunakan teknik statistik. Tujuannya adalah untuk memperoleh gambaran umum mengenai data yang sedang diukur.

Teknik analisis yang sering digunakan untuk mendeskripsikan data antara lain:

a. Ukuran pemusatan data (rata-rata, median, dan modus).

b. Ukuran penyebaran data (rentang, simpangan baku, dan varian) (Siregar, 2013:89-95).

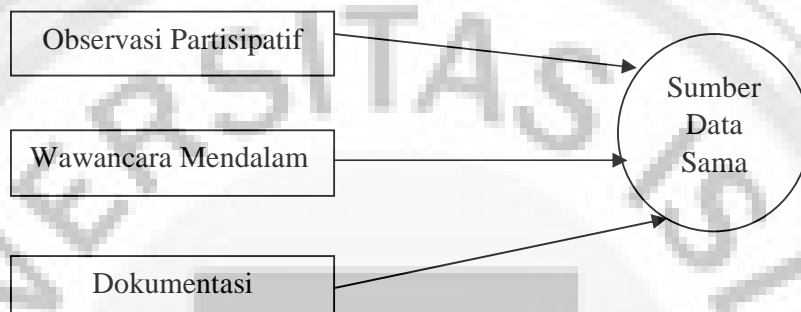
Sebelum melakukan penelitian di lapangan penulis melakukan analisis terhadap data hasil pendahuluan yang akan digunakan untuk menentukan rumusan masalah. Rumusan masalah ini akan dikembangkan setelah penulis masuk ke lapangan.

Penelitian yang dilakukan oleh penulis merupakan penelitian yang menggunakan metode penelitian kuantitatif dijelaskan secara deskriptif dengan data kualitatif yang terdiri dari uraian dan penjelasan hasil wawancara, observasi, dan dokumen.

### 3.2.7 Uji Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang telah ada (Sugiyono, 2013:83).

Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi teknik. Sugiyono (2013:83) mengatakan triangulasi teknik berarti peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda untuk mendapatkan data. Peneliti menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi.



**Tabel 3.3**

Triangulasi Teknik Pengumpulan Data

Sumber: (Sugiyono, 2013:84)

Dari pengertian triangulasi diatas untuk menguji keabsahan data dari penelitian ini, maka penulis akan melakukan perbandingan terhadap data hasil observasi dengan hasil wawancara, dan melengkapi dengan dokumentasi yang telah didapat. Yaitu dengan membandingkan hasil wawancara dengan 3 orang perwakilan dari masyarakat yang datang ke *event* “Tanda Cinta Untuk Warga”, dan dengan hasil wawancara dari 4 orang karyawan *Inilah Koran* yang terlibat dalam *event* tersebut. Isi dari wawancara yang dilakukan oleh penulis berisi tentang *Brand Activation* yang dilakukan oleh *Inilah Koran* dengan menggunakan *event* “Tanda Cinta Untuk Warga”.