

## BAB III

### METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN

#### 3.1 Objek Penelitian

Paparazzi Barbershop merupakan sebuah bidang usaha yang bergerak di bidang jasa yaitu pangkas rambut. Paparazzi Barbershop berdiri pada 20 November 2011 atas dasar ide dari sang pemilik yaitu Danu Biratresna yang akrab disapa dengan panggilan Mas Danu yang melihat bahwa peluang bisnis di bidang jasa pangkas rambut ini akan sangat menguntungkan kedepannya. Terbukti sejak 3 tahun keberadaannya, *Barbershop* ini sudah memiliki banyak sekali konsumen setia mulai dari kalangan pelajar, mahasiswa, sampai dengan pekerja kantoran.

Awalnya Paparazzi Barbershop didirikan dengan alasan karena banyak sekali pria yang ingin memanjakan dirinya, tetapi malu untuk pergi ke salon, karena kebanyakan salon merupakan tempat untuk wanita, untuk itu Paparazzi Barbershop hadir. Pada saat itu bisnis pangkas rambut khusus pria belum banyak diminati seperti sekarang. konsumennya pun bisa dibilang sangatlah sedikit dikarenakan orang Indonesia masih memiliki pemikiran yaitu salon sebagai tempat wanita, dan pria yang pergi ke salon kebanyakan adalah pria *metroseksual*. Maka dari itu pemilik Paparazzi Barbershop yaitu Mas Danu ingin merubah pemikiran tersebut bahwasanya salon itu bukan hanya tempat untuk wanita, tetapi pria pun bisa memanjakan dirinya melalui perawatan rambut tanpa harus malu pergi ke salon karena sekarang sudah ada salon atau *barbershop* khusus untuk pria yaitu Paparazzi Barbershop.

Paparazzi Barbershop tidak hanya memberikan pelayanan potong rambut saja, tetapi ada pula *hair spa*, *creambath*, *ear candle*, dan *hair coloring*. Dengan begitu para pria bisa memanjakan dirinya dengan *treatment* yang diberikan oleh Paparazzi Barbershop. Tempat yang nyaman pun menjadi nilai lebih dari Paparazzi Barbershop, dengan tempat yang ber-AC dan dilengkapi dengan siaran *TV cable* membuat para pengunjung Paparazzi Barbershop betah dan nyaman dalam menunggu giliran untuk melakukan *treatment*.

Paparazzi Barbershop didesain khususnya untuk kalangan pria yang senang memanjakan dirinya, dengan *hairstylist* yang berpengalaman di bidangnya membuat hasil akhir yang diinginkan konsumen dapat tercapai dengan baik dan memuaskan konsumen. Apa yang diinginkan oleh konsumen akan dikerjakan dengan sangat baik dan rapi oleh para *hairstylist* Paparazzi Barbershop, sehingga konsumen puas dengan hasil akhirnya.

Pada saat ini Paparazzi Barbershop dapat menarik klien 40 orang kurang lebihnya dalam sehari. Omsetnya pun tidak main main dalam sehari saja Paparazzi Barbershop bisa mendapatkan Rp 1.200.000,00 (40 X Rp 30.000,00) dan dalam sebulan mencapai Rp 36.000.000,00, sungguh merupakan bisnis yang menguntungkan.

Mengulang kesuksesannya di Bandung, pada awal tahun 2014 Paparazzi Barbershop membuat peruntungan dengan membuka cabang pertamanya di kota Cirebon dengan konsep yang sama yaitu salon untuk pria, dan ternyata Paparazzi Barbershop sangatlah diminati oleh para kaum adam di kota Cirebon, sehingga

menjadikan Paparazzi Barbershop sebagai buah bibir di kota Cirebon, karena terhitung jarang sekali salon untuk pria di kota Cirebon ini.

### **3.2 Harapan, Tujuan, dan Motto Paparazzi Barbershop**

#### **3.2.1 Harapan Paparazzi Barbershop**

Menjadikan Paparazzi Barbershop sebagai *barbershop* yang berkualitas dengan harga bersaing.

#### **3.2.2 Tujuan Paparazzi Barbershop**

Adapun tujuan dari Paparazzi Barbershop adalah :

- a. Mengembangkan usaha yang memiliki daya saing yang kuat.
- b. Memberikan pelayanan terbaik, sesuai dengan yang diinginkan konsumen.
- c. Memberikan pelayanan yang berkualitas.

#### **3.2.3 Motto Paparazzi Barbershop**

*“Cut & Action”*.

### 3.3 Logo Perusahaan



**Gambar 3.1**  
**Logo Paparazzi Barbershop**  
Sumber : [www.twitter.com/PaparazziBarber](http://www.twitter.com/PaparazziBarber)

### 3.4 Contact Person

Kota Bandung

*Address* : Jalan Tubagus Ismail 6 no. 1 Bandung

*Contact* : (022)- 91688544

*Blackberry* : 3317816A

Kota Cirebon

*Address* : Jalan Sukasari Raya no. 11 Cirebon

*Contact* : +62231245424

### 3.5 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop. Penelitian ini dilaksanakan di Paparazzi Barbershop dan sebagai sampel dari penelitian ini

adalah mereka yang mem-*tweet* akun *twitter* Paparazzi Barbershop ataupun mereka yang mengetahui Paparazzi Barbershop melalui *twitter*.

Dalam Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan menggunakan data kuantitatif. Penelitian deskriptif hanya memberikan gambaran atau deskripsi tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti. Hasil penelitiannya hanyalah berupa deskripsi mengenai variabel-variabel tertentu, dengan menyajikan frekuensi, angka, rata-rata, atau kualifikasi lainnya untuk tiap-tiap kategori di suatu variabel (Faisal dalam Ardianto, 2011: 49).

Penelitian deskriptif hanya memaparkan situasi atau peristiwa, tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Metode deskriptif dirancang untuk mengumpulkan informasi tentang keadaan-keadaan nyata yang sekarang berlangsung (Ardianto, 2011: 49).

### 3.6 Operasionalisasi Variabel

Merujuk pada rumusan masalah serta identifikasi masalah yang telah dibuat, peneliti akan menguraikan variabel yang menjadi penelitian yaitu Efektifitas Promosi Paparazzi Barbershop Dengan Menggunakan Media Sosial *Twitter*, yakni sebagai berikut :

Variabel : Media Sosial *Twitter* Sebagai Sarana Promosi Paparazzi Barbershop

Indikator 1 : kategori *informing* (memberikan informasi)

Alat Ukur :

- *Tweeters* dari *twitter* Paparazzi Barbershop memperoleh informasi baru.
- Informasi yang disajikan dalam *twitter* Paparazzi Barbershop jelas.

- Informasi yang disajikan *twitter* Paparazzi Barbershop sesuai dengan fakta yang ada.

Indikator 2 : Kategori *Persuading* (Membujuk)

Alat Ukur :

- Bahasa yang digunakan oleh *twitter* Paparazzi Barbershop menarik
- Informasi yang ditawarkan *twitter* Paparazzi Barbershop menarik
- Tempat yang nyaman

Indikator 3 : Kategori *reminding* (mengingat)

Alat Ukur :

- Fasilitas yang didapatkan sesuai dengan harga
- Lokasi yang strategis berada di tengah kota.
- Kualitas pelayan yang memuaskan.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, ada 2 analisis data yang digunakan oleh peneliti.

Yakni:

#### 1. Analisis Statistik Deskriptif Data Responden

Dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui “Bagaimana penggunaan media sosial *twitter* sebagai sarana promosi Paparazzi Barbershop” melalui penyebaran angket kepada responden yang menjadi sampel dari penelitian ini. Pada analisis deskriptif ini, data responden akan dijelaskan melalui tabel. Data responden dalam penelitian ini sangat dibutuhkan untuk mengetahui latar belakang

responden yakni mereka yang mem-*tweet* akun *twitter* Paparazzi Barbershop ataupun yang mengetahui Paparazzi Barbershop melalui *twitter*, yang dapat dijadikan masukan untuk menjelaskan hasil yang diperoleh dari penelitian. Analisis deskriptif data reponden ini terdiri atas 4 tabel berisi data mengenai usia, pekerjaan, domisili, penghasilan.

## 2. Analisis Data Penelitian

Setelah menganalisa data dari responden yang di sini adalah mereka yang mem-*tweet* akun *twitter* Paparazzi Barbershop ataupun yang mengetahui Paparazzi Barbershop melalui *twitter*, selanjutnya akan dibahas mengenai data penelitian. Data penelitian ini merupakan hasil; jawaban dari responden dalam mengisi angket penelitian yang diberikan. Pada analisa penelitian, peneliti akan menjabarkan berdasarkan dari operasionalisasi variabel penelitian untuk menjawab identifikasi masalah yang sebelumnya telah dirumuskan oleh peneliti. Data yang telah terkumpul akan dikelompokan (diklarifikasi) lalu dianalisa dengan teknik analisis deskriptif. Data dikumpulkan dengan menggunakan alat ukur angket yang telah dicoba uji reliabilitasnya. Deskripsi dan operasionalisasi dari konsep-konsep dalam angket ini dilakukan berdasarkan pengamatan terhadap gejala-gejala di lapangan. Teknik analisis statistik deskriptif bertujuan untuk menjelaskan atau mengetahui mengenai keseluruhan data yang dikumpulkan dengan memaparkan (menjabarkan), mengelompokkan dan

mengklasifikasikan ke dalam tabel distribusi frekuensi yang kemudian diberikan penjelasan.

### **3.8 Uji Validitas dan Reabilitas**

#### **3.8.1 Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk menguji kevalidan dalam setiap item pernyataan agar suatu variabel dapat diukur dan juga menghitung korelasi di antara masing-masing pernyataan (item) dengan skor total. Dalam penelitian ini, pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah pertanyaan yang ada dalam angket masuk dalam kategori valid atau tidak untuk digunakan dalam mengukur variabel (x) fungsi forum.

#### **3.8.2 Uji Reliabilitas**

Suatu alat pengukur dikatakan reliabel bila alat itu dalam mengukur suatu gejala pada waktu yang berlainan senantiasa menunjukkan hasil yang sama. Jadi alat yang reliabel secara konsisten memberi hasil ukuran yang sama (Nasution dalam Taniredja dan Mustafidah, 2011:43).

Reliabilitas menunjuk pada satu pengertian bahwa sesuatu Instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena Instrumen tersebut sudah baik. Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan dapat menghasilkan data yang dapat dipercaya juga. Apabila datanya memang benar sesuai dengan kenyataan, maka berapa kali pun diambil, akan tetap sama. Reabilitas menunjuk pada suatu

tingkat keterandalan sesuatu. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan (Arikunto dalam Taniredja dan Mustafidah, 2011:43).

Uji reabilitas dapat dilakukan dengan cara tes ulang (retest), yaitu dengan cara penggunaan Instrumen penelitian tersebut terhadap subjek yang sama, dilakukan dalam waktu yang berlainan. Instrumen penelitian yang telah diuji validitas sebelumnya.

