

BAB 3

METODOLOGI

3.1 METODE PENELITIAN

3.1.1 Paradigma Penelitian

Kuhn mendefinisikan paradigma sebagai orientasi dasar dari teori dan penelitian (Neuman, 2003, p. 70). Ilmu sosial mengenal tiga jenis paradigma penelitian, yaitu: positivis, interpretif, dan kritis. Paradigma positivis adalah cara berpikir yang melihat ilmu sosial sebagai metode terorganisir dalam mengkombinasikan logika deduktif dengan observasi empiris yang tepat dari perilaku individu dalam upaya untuk menemukan dan mengkonfirmasi serangkaian aturan kausal yang mungkin sehingga dapat digunakan untuk memprediksi pola umum dari aktivitas manusia (Neuman, 2003, p. 71)

Penelitian tentang hubungan sebab-akibat antara eksekusi iklan dan pembentukan *brand positioning* tergolong dalam paradigma positivis. Penelitian ini menempatkan mahasiswa yang akan diteliti sebagai individu yang rasional. Realita tentang *brand positioning* yang ingin diukur berada di luar diri peneliti dan akan dipahami secara seragam dengan ukuran-ukuran yang sudah ditentukan melalui dimensi-dimensi konsep.

3.1.2 Jenis Penelitian

3.1.2.1 Berdasarkan Tujuan Penelitian

Berdasarkan tujuannya, penelitian dibagi atas tiga bentuk, yaitu: penelitian eksploratori, penelitian deskriptif, dan penelitian eksplanatif. Penelitian eksplanatif bertujuan memberikan bukti terkait dengan hubungan kausal yang diterjemahkan dalam *concomitant variation*, *time order* di mana variabel berada, dan *elimination* atas penjelasan-penjelasan lain (Churchill&Iacobucci, 2005, p. 76). Penelitian ini dapat dikategorikan sebagai penelitian eksplanatif sebab-akibat karena bertujuan membuktikan adanya pengaruh pemberian eksekusi iklan 3 versi “Murah Tanpa Tapi” terhadap pembentukan *brand positioning* kartu 3 oleh mahasiswa S1 Reguler FISIP UI.

Dari segi penggunaan waktu, penelitian dibedakan menjadi *longitudinal research* dan *cross-sectional research*. Berkebalikan dengan penelitian *longitudinal* yang berlangsung dalam jangka waktu lama, penelitian *cross-sectional* berusaha membidik ketertarikan terhadap satu masalah dalam kurun waktu tertentu yang relatif singkat. Selain itu penelitian *cross-sectional* juga menggunakan sampel yang representatif dari populasi yang ingin ditelitinya (Churchill&Iacobucci, 2005, p. 107). Penelitian ini tergolong *cross-sectional* karena masalah penelitian berada dalam kurun waktu relatif singkat dengan mahasiswa dari seluruh program S1 Reguler sebagai representasi dari populasi mahasiswa S1 Reguler FISIP UI yang ingin diteliti.

3.1.2.2 Berdasarkan Tipe Informasi

Jenis penelitian berdasarkan tipe informasi terdiri atas penelitian kualitatif dan kuantitatif. Penelitian kuantitatif memfokuskan diri pada desain, pengukuran dan sampling dikarenakan logika deduktifnya yang mengutamakan perencanaan detil terhadap pengumpulan dan analisis data (Neuman, 2003, 137). Penelitian kuantitatif menekankan objektivitas dan lebih banyak teknik yang mekanis. Penelitian menggunakan prinsip replikasi, standardisasi prosedur metodologis, menggunakan ukuran angka-angka, dan menganalisis data dengan statistik (Neuman, 2003, 141).

3.2 METODE PENGUMPULAN DATA

3.2.1 Teknik Pengumpulan Data

Ada dua teknik pengumpulan data dalam penelitian kuantitatif, yakni teknik eksperimental dan non-eksperimental. Penelitian dengan teknik eksperimental meneliti hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen dan bukan hanya meneliti hubungan antara keduanya (Seniati, Yulianto, &Setiadi, 2005, p. 23). Mengetahui hubungan sebab-akibat adalah syarat mutlak dalam penelitian eksperimental. Variabel independen adalah variabel penyebab yang akan dilihat pengaruhnya terhadap variabel dependen. Pada penelitian eksperimen, peneliti memfokuskan diri pada sedikit hipotesis; biasanya menggunakan satu atau dua variabel independen, satu variabel

dependen, sekelompok subjek penelitian dalam jumlah kecil, dan variabel independen yang telah dimanipulasi oleh peneliti (Neuman, 2003, p. 260). Prinsip utama dalam penelitian eksperimental adalah manipulasi terhadap variabel yang dikenai perlakuan/ *treatment*, yaitu variabel independen, yang diikuti oleh observasi terhadap variabel yang meresponinya, yaitu variabel dependen (Aaker, Kumar, & Day, 2001, p. 332). Semua bentuk penelitian dengan teknik eksperimen melibatkan paling tidak unsur manipulasi, kontrol, dan randomisasi. Randomisasi adalah sebuah teknik pengelompokan subjek penelitian secara acak ke dalam masing-masing kelompok penelitian, yaitu: kelompok eksperimen dan kelompok kontrol (Seniati, Yulianto, & Setiadi, 2005, p. 28).

Penelitian eksperimental terbagi atas dua bentuk, yakni eksperimen laboratorium dan eksperimen lapangan. Eksperimen laboratorium adalah kajian penelitian di mana dilakukan pengontrolan terhadap varian dari semua atau hampir semua variabel independen yang berpengaruh, termasuk yang mungkin ada namun tidak relevan dengan masalah yang sedang diteliti (Kerlinger, 1990, p. 640). Penelitian ini menggunakan eksperimen laboratorium karena ketepatannya dalam mengkaji hubungan antar variabel dalam kondisi yang tidak terkontaminasi oleh variabel ekstra di luar variabel independen. Selain itu teknik eksperimen laboratorium berfungsi untuk melakukan pengujian prediksi yang berdasar pada teori di tempat pertama, dan penelitian lain di tempat kedua (Kerlinger, 1990, p. 644). Jack Trout dan Al Ries dalam teorinya tentang *positioning* menyebutkan bahwa iklan berfungsi untuk memosisikan merek ke dalam persepsi atau ruang perseptual dari konsumen dan calon konsumen yang disasar sehingga tercipta kekhususan dan preferensi dalam hubungannya dengan kompetitor (Ries & Trout, 1981, pp. 28-29). Eksperimen laboratorium mencoba mengujikan prediksi tersebut pada penelitian ini dengan menempatkan eksekusi iklan sebagai variabel independen sekaligus perlakuan/ *treatment* yang akan diberikan kepada subjek penelitian.

3.2.2 Desain Penelitian

Penelitian eksperimen memiliki empat jenis desain, yaitu: desain satu kelompok, desain dua kelompok, desain anavar, dan desain faktorial. Pada desain

satu kelompok, perlakuan dan pengukuran hanya dilakukan terhadap satu kelompok. Sedangkan desain dua kelompok melibatkan dua kelompok penelitian di mana setiap kelompok mendapatkan variasi variabel independen yang berbeda (Seniati, Yulianto, & Setiadi, 2005, p. 148).

Fred Reynolds dan William Wells menyatakan *controlled experiment* sebagai sebuah prosedur pelaksanaan penelitian yang paling terkenal. Dalam penelitian *controlled experiment* yang ideal, sekelompok konsumen diberikan tayangan iklan, sementara kelompok yang lain tidak. Dengan demikian, segala perbedaan yang didapatkan pada pengukuran, dapat dikaitkan dengan keberadaan penayangan iklan. Penelitian ini sendiri menggunakan desain dua kelompok dengan uji setelah perlakuan (*After-Only, With Control Group*) karena memiliki satu kelompok kontrol (KK) dan satu kelompok eksperimen (KE) yang akan diuji satu kali saja setelah mendapat perlakuan (Fletcher & Bowers, 1988, p. 121). Pada penelitian ini kedua kelompok akan diteliti pada hari dan jam yang sama. Berikut ini model desain penelitian *After-Only, With Control Group*:

$$\begin{array}{l} R \times O_1 \\ R \quad O_2 \end{array}$$

3.2.3 Populasi dan Sampel

Populasi dalam studi adalah kelompok orang yang peneliti inginkan dan memungkinkan untuk menggambarkan kesimpulan penelitian (Babbie, 1992, p. 107). Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga (Singarimbun & Effendi, 1985, p. 108). Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa dan mahasiswi FISIP UI S1 Reguler, berada dalam kelompok usia 15-24 tahun, berada dalam rentang angkatan studi 2004-2008 dalam status akademis aktif.

Untuk mengukur populasi, peneliti menarik sampel. Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki karakteristik serupa dengan populasi. Untuk itu sampel harus mewakili populasi dalam arti sampel harus bersifat representatif, yaitu: mewakili seluruh sifat-sifat populasi walaupun jumlahnya lebih sedikit (Manawi, 1988, p. 142). Karakteristik sampel, statistik, selanjutnya digunakan

untuk membuat kesimpulan mengenai parameter populasi (Malhotra, Hall, Shaw, & Oppenheim, 2002, p. 362).

Salah satu sampel yang baik adalah memenuhi syarat dari segi ukurannya. Menurut Bailey, untuk penelitian yang akan menggunakan analisis data dengan statistik, besar sampel paling kecil adalah 30 (Rakhmat, 2007, p. 57). Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa FISIP UI sejumlah 68 orang yang dipilih secara *accidental*.

3.2.4 Teknik Penarikan Sampel

Penarikan sampel dalam penelitian eksperimen lazim menggunakan teknik nonprobabilita dengan *accidental/haphazard/convenience sampling* (Fletcher&Bowers, 1988, p.125). Prinsip penarikan sampel dengan teknik ini adalah menarik sembarang kasus yang tepat dengan kondisi penelitian. (Neuman, 2003, p. 211). Setelah sampel ditarik secara *accidental*, kemudian dilakukan randomisasi. Randomisasi adalah sebuah metode untuk membagi kasus (misalnya: individu, organisasi, dll) ke dalam kelompok-kelompok dengan tujuan melakukan perbandingan (Neuman, 2003, p. 241). Sampel dibagi ke dalam kelompok melalui proses acak, seperti: memberikan nomor urut kepada subjek penelitian mulai dari nomor 1 sampai nomor tertentu sesuai jumlah kelompok yang diinginkan, melempar koin atau dadu, dll. Penelitian ini sendiri menggunakan cara pemberian nomor urut kepada para subjeknya. Sejumlah 68 orang mahasiswa S1 Reguler FISIP UI yang terpilih selanjutnya dibagi ke dalam 2 kelompok, yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol.

3.2.5 Pertimbangan-Pertimbangan Praktis

3.2.5.1 *Pilot Test* dan *Postpilot Interview*

Pilot test akan dilakukan pada populasi yang sama namun dengan individu yang berbeda dengan peserta eksperimen sesungguhnya. Masing-masing kelompok berisi 7 orang. *Pilot test* dilakukan pada 15 Oktober 2008 di hari dan waktu yang sama untuk kedua kelompok.

Pilot test ini juga merupakan salah satu cara untuk mengetahui reliabilitas representatif dari pengukuran yang dipakai. Dengan penggunaan *pilot test* ini pula

diharapkan peneliti dapat memperoleh hasil yang hampir sama sekalipun kuesioner diisi dan dipahami oleh kelompok orang yang berbeda.

Setelah *pilot test* dilakukan, peneliti melakukan wawancara dengan beberapa subjek penelitian dalam *pilot test*. Hal ini dilakukan agar peneliti dapat mengetahui aspek-aspek apa saja yang perlu diperbaiki dari eksperimen tersebut

3.2.5.2 Postexperiment Interview (Neuman, 2003, p. 258)

Pada akhir eksperimen, peneliti melakukan wawancara pada beberapa subjek dari setiap kelompok. Wawancara ini memiliki tiga tujuan. Pertama, jika kebohongan/ketidaksesuaian telah terjadi, peneliti dapat melakukan wawancara dengan subjek untuk memberitahu mereka jawaban pertanyaan dan tujuan sebenarnya dari eksperimen ini. Kedua, peneliti dapat mempelajari apa yang dipikirkan subjek tentang penelitian tersebut dan bagaimana definisi mereka atas situasi penelitian ini mempengaruhi penilaian mereka terhadap variabel dependen. Ketiga, peneliti dapat menjelaskan penting atau tidak pentingnya menunjukkan natur sebenarnya dari eksperimen ini kepada responden yang potensial.

3.2.6 Jenis Data

3.2.6.1 Data Primer

Data primer didapat melalui lembar instrumen penelitian dan lembar data kontrol. Lembar instrumen penelitian berupa kuesioner dengan kombinasi *close-ended question* dan *open-ended question* digunakan untuk mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian. Lembar data kontrol digunakan untuk mengontrol variabel-variabel ekstra yang mungkin dapat berpengaruh pada variabel dependen. Lembar data kontrol diisi oleh subjek setelah mereka mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner. Sedangkan kuesioner diberikan setelah subjek-subjek dalam kelompok eksperimen (KE) menerima manipulasi dari variabel independen, yaitu eksekusi iklan. Untuk kelompok kontrol (KK), kuesioner diberikan segera setelah subjek memasuki ruang penelitian dan berada dalam kondisi tidak gaduh.

3.3 METODE PENGUKURAN

3.3.1 Teknik Pengontrolan Variabel Ekstra

Untuk mengontrol variabel-variabel ekstra yang berpotensi mengganggu pengukuran variabel dependen, peneliti menggunakan randomisasi, eliminasi dan konstansi.

Randomisasi merupakan prosedur memasukkan secara acak subjek pada sampel penelitian ke dalam setiap kelompok penelitian, sehingga dapat dianggap setara. Randomisasi merupakan teknik yang umumnya digunakan untuk mengontrol variabel ekstra yang sudah ada pada subjek sebelum penelitian dilakukan seperti misalnya intelegensi, motivasi, minat, dan jenis kelamin. Dengan teknik ini, maka secara statistik dapat diasumsikan bahwa sebelum manipulasi dilakukan, kelompok eksperimen dan kelompok kontrol telah setara dalam hal variabel-variabel ekstra yang ingin dikontrol. Dengan demikian, bila terjadi perbedaan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol setelah manipulasi, maka peneliti dapat memastikan bahwa perbedaan tersebut disebabkan oleh manipulasi, bukan hasil dari pengontrolan variabel ekstra. Randomisasi pada penelitian ini dilakukan dengan memberikan nomor urut 1 dan 2 secara merata dan bergantian kepada subjek yang hadir di ruangan penelitian.

Konstansi berarti bahwa setiap subjek pada masing-masing kelompok penelitian mendapatkan kondisi yang sama, kecuali variabel independen. Kondisi ini berarti juga bahwa terdapat kesetaraan jumlah subjek dengan variasi variabel independen tertentu pada setiap kelompok penelitian. Oleh karena itu, teknik kontrol konstansi mengacu pada dua hal, yaitu konstansi terhadap kondisi penelitian dan konstansi terhadap karakteristik subjek. Konstansi pada penelitian ini dilakukan dengan melaksanakan penelitian pada hari yang sama, jam yang sama, jumlah subjek yang sama, serta karakteristik subjek yang relatif sama pada kedua kelompok karena telah melewati proses randomisasi.

Dilakukan pula eliminasi yang berarti peneliti menghilangkan atau meniadakan variabel-variabel ekstra yang dianggap mengganggu saat perancangan penelitian. Misalnya, variabel kebisingan dapat diiadakan dengan menggunakan ruang kedap suara. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan ruang kelas yang berbeda lantai dan kondisi lingkungannya tidak terlalu ramai. Selain

itu peneliti mengusahakan agar AC pada setiap ruangan dikondisikan pada suhu yang sama.

Adapun pengontrolan dilakukan terhadap faktor-faktor yang dapat mempengaruhi validitas internal maupun eksternal penelitian ini (Neuman, 2003, pp. 251-256), yaitu:

A. Faktor-faktor yang mempengaruhi validitas internal, yaitu:

1. *Selection bias*

Faktor ini menjadi hambatan ketika subjek dalam penelitian tidak membentuk kelompok yang ekuivalen sebagai akibat ketiadaan teknik randomisasi. Penelitian ini tidak memerlukan kontrol dalam hal *selection bias* karena telah dilakukan randomisasi pada seluruh respondennya.

2. *History effect*

Faktor ini menjadi hambatan ketika suatu peristiwa yang tidak berkaitan dengan perlakuan/*treatment* akan terjadi selama eksperimen dan dapat mempengaruhi variabel dependen. Faktor ini biasa terjadi pada penelitian dalam jangka waktu panjang dengan melibatkan dua kali tes yaitu *pretest* dan *posttest*. Faktor ini juga tidak perlu dikontrol karena tidak terdapat dalam penelitian tentang *brand positioning* ini.

3. *Maturation*

Faktor ini menjadi hambatan karena beberapa proses biologis, psikologis, atau emosional di dalam diri subjek dan memisahkannya dari *treatment* dapat menghasilkan perubahan. Faktor inipun seringkali terjadi dalam penelitian jangka panjang (longitudinal) sehingga tidak berpengaruh secara signifikan pada penelitian *brand positioning* kartu seluler 3 (Tri) yang bersifat *cross-sectional*.

4. *Testing*

Kadangkala keberadaan *pretest* dapat mempengaruhi hasil dari *posttest*. Hal ini dapat terjadi karena subjek berusaha untuk mengingat kembali atau mempelajari hal-hal yang berkaitan dengan soal atau jawaban yang diberikan, sehingga respon yang terukur bukan merupakan pengaruh dari pemberian variabel independen. Dengan kata lain, tanpa diberikan variabel independen pun, skor *posttest* subjek akan berbeda dengan skor *pretest*nya. Oleh karena

itu penelitian ini tidak menggunakan *pretest*.

5. *Instrumentation*

Faktor ini berkaitan erat dengan reliabilitas stabilitas (reliabilitas antar waktu). Hal ini terjadi ketika instrumen atau pengukuran variabel dependen mengalami perubahan selama eksperimen. Untuk mencegah pengaruh *instrumentation* yang disebabkan alat ukur yang tidak valid dan tidak reliabel, maka harus dilakukan uji coba sebelum alat ukur digunakan yaitu dengan melakukan *pilot test*. Hasil *pilot test* akan membantu peneliti melakukan revisi-revisi pada pertanyaan pengukuran yang tidak valid.

6. *Experimental mortality*

Hal ini terjadi ketika subjek tidak mengikuti penelitian hingga selesai (yang tidak selalu diakibatkan karena kematian secara fisik). Pada penelitian dengan *pretest* dan *posttest*, ada kemungkinan sebagian orang-orang yang mengikuti *pretest* kemudian absen pada saat *posttest*. Hal ini tidak perlu dikontrol karena penelitian ini hanya menggunakan *posttest*.

7. *Statistical regression*

Dalam hukum statistik, pengukuran yang dilakukan secara berulang-ulang akan menyebabkan nilai ekstrim, yaitu nilai tertinggi dan nilai terendah, cenderung mendekati nilai rata-rata, meskipun tidak diberikan perlakuan apapun. Oleh karena itu, faktor *statistical regression* hanya terjadi pada penelitian yang melibatkan *pretest* dan *posttest* (Seniati, Yulianto, & Setiadi, 2005, p. 71).

8. *Diffusion of treatment or Contamination*

Faktor ini menjadi penghambat ketika subjek-subjek penelitian dalam kelompok-kelompok yang berbeda memiliki potensi untuk mengkomunikasikan *treatment* yang diterimanya kepada kelompok lain sehingga memungkinkan kelompok lain mempelajari pola pertanyaan dalam penelitian. Untuk mencegah terjadinya hal ini, *posttest* terhadap kedua kelompok akan dilakukan dalam waktu bersamaan di ruangan yang berbeda dan berada dalam jarak *loudspeaker* yang tidak saling mempengaruhi, sehingga tidak ada kemungkinan mengkomunikasikan *treatment* yang diterima kepada kelompok lain.

9. *Experimenter expectancy*

Peneliti dapat menjadi penghambat bagi validitas internal, bukan karena perilaku tidak etis yang disengaja, tetapi karena ketidaksengajaan dalam menyampaikan harapan eksperimenter/peneliti kepada subjek penelitian. Subjek dapat terpengaruh oleh harapan eksperimenter karena ia secara tidak sengaja berperilaku tertentu agar hipotesis penelitiannya dapat terbukti. Pada penelitian ini, hal tersebut dikontrol dengan mengurangi interaksi antara eksperimenter dan subjek penelitian. Seluruh instruksi yang dibutuhkan telah direkam dalam instruksi penelitian yang sama yang diperdengarkan kepada kedua kelompok. Kedua ruangan dijaga oleh dua orang asisten yang hanya bertugas memutar instruksi di awal penelitian, sedangkan peneliti berada di luar kedua ruangan tersebut.

B. Faktor-faktor yang mempengaruhi validitas eksternal, yaitu:

1. *Experimental realism*

Faktor ini merupakan akibat dari *treatment* pada eksperimen atau pengaturan kepada subjek penelitian. Itu terjadi ketika subjek penelitian sungguh-sungguh dipengaruhi oleh eksperimen. Namun menjadi lemah ketika subjek sungguh-sungguh tidak terpengaruh oleh *treatment* yang diberikan.

2. *Mundane realism*

Faktor ini mempertanyakan kemiripan eksperimen dengan kondisi dunia atau lingkungan yang sesungguhnya/nyata. Jenis *realism* ini secara langsung mempengaruhi validitas eksternal, yaitu kemampuan generalisasi sebuah eksperimen ke dalam tingkat kenyataan. Dua aspek generalisasi yang dipertanyakan adalah generalisasi subjek penelitian ke keseluruhan populasi dan generalisasi akibat manipulasi variabel independen terhadap variabel dependen. Pada generalisasi pertama, penelitian ini cukup beralasan karena adanya data tentang karakteristik *technology adopter* terbaik yang dimiliki oleh kelompok usia 15-24 (dengan mahasiswa di dalamnya). Sedangkan generalisasi kedua memang agak sulit terpenuhi karena *treatment* yang hanya sesaat tidak cukup akurat untuk digeneralisasikan pada hasil yang permanen untuk pengukuran variabel dependen.

3. *Hawthorne effect*

Faktor ini terjadi karena subjek penelitian menyadari bahwa ia sedang diteliti sehingga ia menampilkan tingkah laku tertentu. Dengan demikian respon yang diberikan oleh subjek penelitian bukanlah disebabkan oleh manipulasi variabel independen. Oleh karena hasilnya hanya berlaku pada penelitian tersebut, maka validitas eksternalnya menjadi rendah. *Hawthorne effect* dapat dicegah dengan *single-blind procedure*, yaitu membatasi pengetahuan subjek mengenai perilaku yang diberikan (subjek penelitian tidak mengetahui bahwa ia sedang diteliti). Pengontrolan pada efek ini tidak dapat dilakukan karena seluruh partisipan sudah diberitahukan dari awal tentang penelitian ini. Faktor ini hanya dapat dikurangi dengan tidak memberitahukan iklan apa yang akan diteliti sampai seluruh partisipan menghadapi pertanyaan-pertanyaan dalam kuesionernya.

4. *Demand characteristics*

Faktor ini akan menghambat saat partisipan menangkap *clue*/kunci dari hipotesis atau tujuan eksperimen, sehingga mereka mungkin mengubah perilaku mereka menjadi seperti yang mereka pikir diinginkan oleh peneliti (dalam hal ini menyesuaikan perilaku mereka terhadap hipotesis peneliti). Hal ini dapat dikurangi dengan tidak menyebutkan topik penelitian (pengaruh eksekusi iklan terhadap *brand positioning*) dalam keseluruhan pelaksanaan eksperimen. Lembar instrumen penelitian ini hanya mencantumkan judul berikut: Lembar Kuesioner Penelitian Iklan Televisi Kartu Telepon Prabayar 3 (Tri) Versi “Murah Tanpa Tapi”. Selebihnya tidak terdapat instruksi yang mengarah kepada hipotesis penelitian.

3.3.2 Instrumen Penelitian

Untuk mengoperasionalkan konsep-konsep yang telah dibahas di atas, penelitian ini menggunakan beberapa instrumen. Instrumen yang digunakan adalah:

1. Penayangan eksekusi iklan

Eksekusi iklan yang akan ditayangkan telah diujikan terlebih dahulu dalam *pilot test* kepada 7 orang di kelompok eksperimen.

2. Rekaman Instruksi Penelitian

Instruksi penelitian telah direkam dalam format MP3 sebelum penelitian dilakukan. Hal ini berfungsi untuk menghindari pengaruh dari perbedaan intonasi, pemilihan kata-kata, serta lama instruksi yang diberikan eksperimenter.

3. Kuesioner

Instrumen yang digunakan untuk mengukur *brand positioning* subjek penelitian adalah kuesioner berisi 27 butir pernyataan tertutup (*close-ended question*) dan 11 butir pertanyaan terbuka (*open-ended question*). Berikut ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner penelitian:

LEMBAR KUESIONER:

I. Dimensi *Product Attributes & Benefits* (PAB)

- *Close-ended question*

1. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) dapat digunakan untuk menelepon semua operator GSM.
2. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) dapat digunakan untuk menelepon semua operator CDMA.
3. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) memiliki cakupan wilayah layanan ke seluruh Indonesia.
4. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) merupakan *sim card* terbaik di antara kartu layanan GSM lainnya.

- *Open-ended question*

5. Mengapa kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) merupakan *sim card* terbaik di antara kartu layanan GSM lainnya ? (Jika menjawab SS dan S untuk pertanyaan nomor 4)
6. Mengapa kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) bukan merupakan *sim card* terbaik di antara kartu layanan GSM lainnya ? (Jika menjawab N, TS dan STS untuk pertanyaan nomor 4)

II. Dimensi *Price-Quality* (PQ)

- *Close-ended question*

1. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) menawarkan tarif telepon paling murah di antara semua kartu dengan basis layanan GSM.

2. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) menawarkan tarif telepon paling murah di antara semua kartu dengan basis layanan GSM dan CDMA.
3. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) menawarkan tarif telepon murah selama 24 jam penuh.
4. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) menawarkan tarif telepon murah dari menit ke-1.
5. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) memberikan syarat-syarat tertentu untuk mendapatkan tarif telepon murah.
6. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) memberikan syarat-syarat yang rumit untuk mendapatkan tarif telepon murah.
7. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) bebas biaya *roaming*.
8. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) menawarkan tarif murah yang stabil/konsisten selama 24 jam penuh tanpa mengenal pembagian kategori waktu.
9. Tarif telepon murah yang ditawarkan oleh kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) adalah Rp 399/ menit.

- *Open-ended question*

10. Kartu apa yang menawarkan tarif telepon paling murah di antara semua kartu GSM ?
11. Kartu apa yang menawarkan tarif telepon paling murah di antara semua kartu GSM dan CDMA ?
12. Apa syarat yang ditetapkan oleh kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) untuk dapat menikmati tarif telepon murah ?

III. Dimensi *Product Class* (PC)

- *Close-ended question*

1. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) adalah jenis kartu seluler Prabayar.
2. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) adalah *sim card* dengan layanan berbasis GSM.

IV. Dimensi *User (U)*

- *Close-ended question*

1. Pengguna kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) adalah mahasiswa.
2. Pengguna kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) adalah ibu rumah tangga.
3. Pengguna kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) adalah karyawan/pegawai.
4. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) banyak digunakan oleh masyarakat kalangan menengah ke bawah.
5. Kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) banyak direkomendasikan orang untuk digunakan.

- *Open-ended question*

6. Menurut Anda, ditunjukkan untuk siapakah kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri)?

V. Dimensi *Competitor (CO)*

- *Close-ended question*

1. Iklan kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) bermaksud menyindir merek pesaingnya.
2. Merek pesaing dari kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) berasal dari kartu dengan layanan berbasis GSM.
3. Tidak banyak gambar yang sulit dipahami maknanya dalam tayangan iklan televisi kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri).
4. Tidak banyak tulisan yang sulit dimengerti dalam tayangan iklan televisi kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri).
5. Iklan televisi dari kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) mendorong penonton untuk menggunakannya.
6. Produk kartu 3 dikeluarkan oleh perusahaan terkenal di Indonesia.
7. Produk kartu 3 dikeluarkan oleh perusahaan terkenal di mancanegara.

- *Open-ended question*

8. Mengapa iklan kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri) menyindir merek pesaingnya? (Jika menjawab SS dan S untuk pertanyaan nomor 1)
9. Merek apa saja yang disindir dalam iklan kartu telepon Prabayar merek 3 (Tri)? (Jika menjawab SS dan S untuk pertanyaan nomor 1)

10. a). Kata-kata apa yang paling Anda ingat dalam iklan kartu telepon prabayar merek 3 (Tri) ?
- b). Apa arti kata-kata tersebut ?
11. Bagaimana persepsi Anda terhadap kartu telepon prabayar merek 3 (Tri) secara keseluruhan ?

4. Lembar Data Kontrol

Data kontrol digunakan untuk mengontrol variabel ekstra yang dapat mempengaruhi hasil penelitian ini. Setelah seluruh sampel dibagi ke dalam dua kelompok, setiap orang di dalam kelompok akan mendapat nomor urut yang sesuai dengan lembar data kontrol dan lembar kuesioner yang akan diterimanya. Hal ini memudahkan peneliti ketika kemudian akan melakukan eliminasi variabel-variabel ekstra dari setiap responden. Hal-hal yang ditanyakan dalam data kontrol ini adalah usia, pengeluaran (untuk mengukur status sosial ekonomi), keterlibatan dalam penelitian yang sama, tingkat keseringan menonton televisi (*heavy/light viewer*), kartu telepon seluler yang dipakai, durasi menggunakan *handphone* untuk menelepon, dan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi validitas internal dan eksternal. Berikut ini format lembar data kontrol

LEMBAR DATA KONTROL

1. Usia :
2. Jenis kelamin :
3. Pengeluaran per bulan
 - a). Rp 500.001 – Rp 700.000
 - b). Rp 700.001 – Rp 1.000.000
 - c). Rp 1.000.001 – Rp 1.500.000
 - d). Rp 1.500.001 – Rp 2.000.000
 - e). > Rp 2.000.000
4. Keterlibatan dalam penelitian bertema sama : (pernah/belum pernah)
5. Frekuensi menonton TV : (.....jam/hari)
6. Jenis kartu seluler yg dipakai : (prabayar/pascabayar)
7. Merek kartu seluler yang dipakai :

8. Durasi menelepon menggunakan HP : (...jam/hari)
--

5. Ruang

Peneliti telah mengantisipasi pemilihan ruangan yang memiliki jarak cukup jauh satu sama lain agar suara dari *loudspeaker* tiap ruangan tidak mengganggu ruangan lainnya, yaitu di Gedung E lantai 1 dan lantai 3

6. Player

Player yang digunakan untuk menayangkan iklan dalam penelitian ini adalah *Windows Media Player*. Kualitas dan volume suara pada kedua ruangan yang digunakan diusahakan tidak berbeda.

7. Alat Tulis

Alat tulis juga digunakan peneliti untuk mencatat berbagai keperluan penelitian. Peneliti tidak menyediakan alat tulis bagi seluruh subjek agar mereka dapat menggunakan alat tulis pribadi yang menurut mereka paling baik. Peneliti hanya akan menyediakan beberapa alat tulis cadangan jika ada subjek yang tidak membawa alat tulis.

8. Reward

Reward yang akan diberikan kepada responden adalah sebuah CD lagu-lagu Magenta Moviechestra. Keseluruhan jumlah reward yang disediakan peneliti adalah sebanyak 68 buah CD.

3.3.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian dapat dinyatakan dalam dua bentuk yang berbeda, yaitu: *two-tailed hypothesis* (hipotesis dua ujung) dan *one-tailed hypothesis* (hipotesis satu-ujung). Pada hipotesis dua ujung, arah hubungan antar variabel belum diketahui atau diduga oleh peneliti; sedangkan pada hipotesis satu ujung, arah hubungannya telah diketahui (Seniati, Yulianto, & Setiadi, 2005, p. 48).

Penelitian ini menggunakan hipotesis satu ujung karena peneliti telah dapat menduga pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Maka dari itu hipotesis teori yang telah dirumuskan di atas akan dioperasionalkan ke dalam hipotesis penelitian berikut ini:

H₀ : Kelompok yang tidak melihat eksekusi iklan televisi kartu prabayar merek 3 (Tri) versi “Murah Tanpa Tapi” (KK) memiliki skor *brand positioning* terhadap merek 3 (Tri) yang lebih besar dibandingkan kelompok yang melihat eksekusi iklan (KE).

H₁ : Kelompok yang tidak melihat eksekusi iklan televisi kartu prabayar merek 3 (Tri) versi “Murah Tanpa Tapi” (KK) memiliki skor *brand positioning* terhadap merek 3 yang lebih kecil sama dengan kelompok yang melihat eksekusi iklan (KE).

3.3.4 Hipotesis Statistik

Penelitian ini menggunakan hipotesis satu ujung (*one-tailed hypothesis*), sehingga perumusan hipotesis statistiknya adalah sebagai berikut:

$$\begin{array}{ll} \mathbf{H}_0 : X_1 > X_2 & \text{atau} & \mathbf{H}_0 : \text{skor rata-rata}_{KK} > \text{skor rata-rata}_{KE} \\ \mathbf{H}_1 : X_1 \leq X_2 & \text{atau} & \mathbf{H}_1 : \text{skor rata-rata}_{KK} \leq \text{skor rata-rata}_{KE} \end{array}$$

3.3.5 Kaidah Pengambilan Keputusan

Kaidah pengambilan keputusan untuk hipotesis satu ujung adalah sebagai berikut (Sulaiman, 2005, p.79):

Sig. (2-tailed) \leq taraf nyata (α) \rightarrow tolak H₀

Sig. (2-tailed) $>$ taraf nyata (α) \rightarrow terima H₀

3.4. KELEMAHAN DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Kelemahan dan keterbatasan penelitian ini terdapat pada validitasnya, yaitu:

3.4.1 Validitas Internal

1. Penelitian ini dirancang sebelum iklan versi “Murah Tanpa Tapi” diluncurkan di televisi, namun karena beberapa keadaan yang tidak dapat dicegah, pelaksanaan penelitian baru dapat dilaksanakan setelah eksekusi iklan muncul di televisi. Hal ini memungkinkan iklan telah dilihat sebelumnya oleh subjek sehingga didapatkan hasil penelitian yang agak bias, sekalipun semua subjek penelitian telah terlebih dahulu melewati proses randomisasi sebelum diberikan *treatment*.

3.4.2 Validitas Eksternal

1. Salah satu kelemahan dari penelitian *laboratory experiment* adalah kontrol yang sangat ketat. Hal ini mengakibatkan situasi penelitian yang tidak menyerupai kondisi alami sehari-hari. Dengan demikian agak sulit untuk mengeneralisirnya ke tingkat yang lebih luas.
2. Sampel pada penelitian ini ditarik dengan teknik non-probabilita *accidental sampling*. Hasil dari penelitian ini sulit digeneralisir karena tidak semua bagian dari populasi terwakili dalam sampel dengan jumlah yang merata.

