

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

III. 1. Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian ini adalah paradigma positivis, yang menyatakan bahwa ilmu sosial seperti ilmu alam, dimana realitas sosial memiliki keteraturan sebagaimana gejala ilmu alam sehingga dapat diprediksikan maupun diketahui hubungan sebab akibat antara gejala-gejala sosial yang menjadi objek dalam penelitian ilmu sosial pada umumnya. Penggunaan paradigma ini secara keseluruhan sangat mempengaruhi hasil penelitian serta proses bagaimana mendapatkan hasil penelitian, berkaitan dengan pendekatan yang digunakan dalam metode penelitian. Penggunaan paradigma positivis menandakan bahwa penelitian ini hanya bermaksud mengupas kenyataan yang ada di lapangan.¹ Fakta yang ingin dilihat dalam penelitian ini adalah analisis kesadaran penonton akan penempatan produk dalam film “Twilight”.

III. 2 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Alur pemikiran pada penelitian ini yaitu *hypothetico-deductive* yang menarik proposisi yang lebih umum yang biasanya berasal dari teori ilmu pengetahuan sosial. Pendekatan kuantitatif mementingkan adanya variabel-variabel sebagai obyek penelitian dan variabel-variabel tersebut didefinisikan dalam bentuk operasionalisasi variabel. Pendekatan ini lebih memberikan makna dengan penafsiran angka statistik bukan makna secara kebahasaan dan kultural.²

¹ Bungin, Burhan. Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana. 2008. Hal 31.

² Jonathan Sarwono. 10 Maret 2009, pkl 11: 29:08. “Perbedaan Dasar Antara Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif”. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat Universitas Komputer Indonesia. www.js.unikom.ac.id.

III. 3 Jenis Penelitian³

Penelitian ini bersifat deskriptif, yang bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variable yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian, berdasarkan apa yang terjadi. Jenis penelitian deskriptif hanya dapat dilakukan pada penelitian studi kasus dan survei.

Deskriptif Studi Kasus⁴

Ciri utamanya yaitu memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai variable. Memungkinkan penelitian mendalam, tetapi membutuhkan waktu yang relatif lama. Deskriptif studi kasus merupakan penelitian eksplorasi dan sangat penting dalam menciptakan hipotesis atau pemahaman orang tentang berbagai variable sosial. Penelitian ini sebenarnya hanya menggunakan kasus tertentu sebagai objek penelitian, atau sebuah wilayah tertentu sebagai objek penelitian, sehingga bersifat kasuistik terhadap objek penelitian tersebut.

Deskriptif Survei⁵

Ciri utama penelitian ini generalisasi ditonjolkan di hampir setiap pengungkapannya, dan karena populasi yang luas menyebabkan penelitian ini tidak mampu mencapai ke dalam data seperti dalam studi kasus. Ketidakmampuan tersebut menyebabkan survey bersifat dangkal, karena hanya meneliti pada permukaan saja, tetapi survei memungkinkan kita menggeneralisasi suatu gejala sosial dengan populasi yang besar.

Dalam penelitian ini menggunakan deskriptif survey, dimana populasi dalam penelitian relatif besar, dan penelitian ini ingin menjelaskan mengenai penempatan produk dalam film “Twilight”, faktor-faktor yang mempengaruhi kesadaran penonton dan faktor-faktor yang membuat penonton tidak fokus terhadap penempatan produk dalam film “Twilight”.

³ Bungin, Burhan. *Loc. Cit.* Hal 36.

⁴ *Ibid.*

⁵ *Ibid.*

III. 4. Variabel Terikat

Penelitian ini merupakan penelitian univariat, yaitu hanya memiliki satu variabel terikat. Maka variabel dari penelitian ini adalah kesadaran khalayak akan penempatan produk dalam film.

III. 5. Model Analisis

Penelitian ini menggunakan analisis univariat atau hanya menggunakan satu variabel. Maka model analisisnya adalah:

Kesadaran Khalayak
akan Penempatan Produk
dalam Film

III. 6. Operasionalisasi Konsep

Dalam indikator-indikator yang terdapat di operasionalisasi konsep ini diukur dengan skala nominal. Ciri-ciri skala nominal:

- Objek dikategorikan mengikuti tanda atau kumpulan yang “mutual eksklusif” dimana tidak perlu ada perkaitan diantara kategori
- Tidak perlu aturan atau ruangan, contoh 1= lelaki, 2 = perempuan (tidak ada 1,5 atau pengukuran lain diantaranya)
- Contoh lain yaitu suku bangsa, agama

Variable	Dimensi	Sub Dimensi	Indikator	Skala
Tingkat Brand Awareness	<i>Top of Mind</i>	<i>Top of Mind terhadap seen placement</i>	Nama produk yang pertama kali diingat yang terlihat dalam adegan	Nominal
		<i>Top of mind terhadap used placement</i>	Nama produk yang pertama kali diingat pada saat digunakan aktor	Nominal

		<i>Top of mind terhadap mentioned placement</i>	Nama produk yang pertama kali diingat pada saat disebut oleh aktor	Nominal
	<i>Brand Recall</i>	<i>Brand Recall terhadap seen placement</i>	Nama produk yang diingat setelah <i>top of mind</i> yang terlihat dalam adegan	Nominal
		<i>Brand recall terhadap used placement</i>	Nama produk yang diingat setelah <i>top of mind</i> yang digunakan oleh aktor	Nominal
		<i>Brand recall terhadap mentioned placement</i>	Nama produk yang diingat setelah <i>top of mind</i> pada saat disebutkan oleh aktor	Nominal
	<i>Brand Recognition</i>	<i>Brand recognition terhadap seen placement</i>	Pengenalan kembali nama produk yang terlihat dalam adegan dengan bantuan	Nominal
		<i>Brand recognition terhadap used placement</i>	Pengenalan kembali nama produk yang digunakan oleh aktor dengan bantuan	Nominal
		<i>Brand recognition terhadap mentioned placement</i>	Pengenalan kembali nama produk yang disebutkan oleh aktor dengan bantuan	Nominal

Alasan sadar atau tidaknya terhadap penempatan produk dalam film "Twilight"	Faktor-faktor yang mempengaruhi ingatan	<i>Overlearning</i>	Alasan menyadari produk	Nominal
---	---	---------------------	-------------------------	---------

III. 7. Metode Pengumpulan Data⁶

Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara survey. Penelitian survey adalah penelitian yang mengumpulkan jawaban dari responden atas pertanyaan yang merupakan pengukuran dari variable yang diteliti serta menguji hipotesa. Pada umumnya digunakan untuk menarik kesimpulan sampel terhadap populasi. Penunjang survey bersifat *cross sectional*, di mana pengumpulan data hanya dilakukan satu kali dalam satu periode.

III. 8. Teknik Pengumpulan Data⁷

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data angket yang biasa disebut metode kuesioner yaitu, serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diisi oleh responden. Kelebihan dan kekurangan metode kuesioner yaitu:

Kelebihan Metode Kuesioner

1. Membutuhkan biaya yang relatif murah
2. Pengumpulan data lebih mudah, terutama pada responden yang terpencah-pencar
3. Cocok untuk penelitian dengan jumlah sampel besar
4. Waktu pelaksanaan dapat dilakukan serempak

Kekurangan Metode Kuesioner

1. Hanya dapat dilakukan pada responden yang bisa membaca dan menulis
2. Formulasi angket membutuhkan kecermatan tinggi, sehingga betul-betul mewakili peneliti dalam pengumpulan data. Oleh karena itu membutuhkan

⁶ Bungin, Burhan. *Op Cit.* Hal 44.

⁷ Bungin, Burhan. *Op Cit.* Hal 122.

waktu yang lama dalam menyusun angket, termasuk kebutuhan uji coba, dan merevisi angket tersebut.

3. Penggunaan metode ini, dapat membuat peneliti terlalu banyak bergantung pada objek penelitian
4. Kadang kala orang lain mempengaruhi jawaban responden, sehingga jawaban tidak objektif lagi
5. Responden dapat menjawab seenaknya dan berbohong

Jenis metode kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah perpaduan antara kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup, maksudnya disini adalah terdapat pertanyaan yang dimana responden bebas menjawab, dan terdapat pula pertanyaan yang telah disediakan pilihan jawaban bagi responden. Pemilihan metode kuesioner dilakukan karena terdapat pertanyaan yang harus dijawab oleh responden tanpa dibantu dengan pilihan jawaban, seperti pertanyaan untuk melihat *top of mind*, yaitu merek atau produk yang paling diingat. Sedangkan penggunaan metode kuesioner tak langsung terbuka ditujukan untuk mencari faktor-faktor yang mempengaruhi sadar tidaknya penonton terhadap kesadaran akan penempatan produk dalam film “Twilight”, responden akan diberi pilihan jawaban, tetapi jika jawaban tersebut tidak mewakili, maka responden tetap bisa menuliskan jawabannya sendiri.

III. 9. Uji Validitas

Validitas merupakan produk dari validasi. Validasi adalah suatu proses yang dilakukan oleh penyusun atau pengguna instrumen untuk mengumpulkan data secara empiris guna mendukung kesimpulan yang dihasilkan oleh skor instrumen. Sedangkan validitas adalah kemampuan suatu alat ukur untuk mengukur sasaran ukurnya.⁸ Instrumen-instrumen yang digunakan dalam kuesioner akan diuji validitasnya untuk mengetahui ketepatan penggunaan instrumen dan menganalisa instrumen manakah yang tidak dapat digunakan untuk uji selanjutnya. Validitas di definisikan oleh Newman sebagai (1) instrumen penelitian benar-benar mengukur konsep penelitian yang dimaksud atau dikehendaki dan bukan konsep lain, (2) konsep diukur secara akurat. Untuk

⁸ “Validitas dan Relibilitas Tes: Deskripsi Konsep dan Aplikasinya dalam Evaluasi”. 29 Maret 2009, pkl, 12:31:09. www.pustekom.depdiknas.go.id.

menjadi valid suatu instrumen tidak hanya mampu mengukur sasaran ukurnya. Hal ini berarti bahwa validitas merupakan ciri instrumen yang terpenting. Validitas instrumen bersifat relatif terhadap situasi tertentu dan tergantung pada kondisi tertentu. Instrumen yang mempunyai validitas tinggi terhadap tujuan atau kegunaan tertentu mungkin akan mempunyai validitas sedang atau mungkin rendah terhadap tujuan lainnya.⁹

Validitas yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah validitas permukaan (*face validity*) merupakan validitas yang berhubungan apa yang nampak dalam mengukur sesuatu dan bukan terhadap apa yang seharusnya hendak diukur. penampilan fungsi dan efektivitas suatu alat pengukur, ketika benar-benar mengukur suatu gejala.¹⁰ Validitas ini diperlukan untuk mencapai situasi optimal, yaitu memberikan kesempatan maksimum pada para testee (pengikut test) untuk menunjukkan kemampuannya secara optimal tanpa mengalami suatu hambatan.¹¹ Pengukuran validitas permukaan dilakukan oleh oleh penguji ahli, yaitu dosen pembimbing.

III. 10. Desain Penelitian

III. 10. 1. Unit Analisis

Dalam melakukan penelitian, unit analisis dapat bermacam-macam seperti individu, kelompok, atau organisasi tergantung pada permasalahan, dan tujuan penelitian. Secara konseptual, unit analisis merupakan tingkat agregasi dari pengumpulan data. Unit analisis ini akan mempunyai pengaruh terhadap bentuk kuesioner yang dibuat.¹²

Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu, karena individu merupakan unit analisis yang spesifik dan relatif lebih mudah untuk diteliti. Individu diharapkan dapat memberi jawaban yang jujur tanpa terpengaruh oleh

⁹ *Ibid.*

¹⁰ Hamidi. Metode Penelitian dan Teori Komunikasi Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian. Malang: Penerbitan Universitas Muhammadiyah Malang. 2007. Hal 148.

¹¹ Kartono, Kartini. Pengantar Metodologi Riset Sosial. Bandung: Mandar Maju. 1990. Hal 114.

¹² Nasution dan Usman. Proses Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia. 2006. Hal 87.

kelompok *peer group*. Selain itu individu dipilih untuk mengurangi bias yang dapat terjadi dalam penelitian yang dilakukan secara berkelompok.

III. 10. 2 Populasi¹³

Populasi merupakan sekelompok atau keseluruhan dari objek penelitian, sehingga objek-objek tersebut dapat menjadi sumber data penelitian.

Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk Jakarta Selatan yang berusia 17-23 tahun, SES A B, dan sudah pernah menonton film “Twilight”. Populasi diperkecil lagi dengan menonton film “Twilight” di bioskop yang berlokasi di Jakarta Selatan difokuskan terhadap bioskop 21 Cineplex Senayan City, Pondok Indah Mall 1 dan 2, dan Cilandak Town Square, keempat bioskop tersebut merupakan bioskop-bioskop yang menampilkan film-film terbaru dibandingkan bioskop 21 Cineplex lainnya. Alasan populasi dalam penelitian ini adalah karena usia tersebut merupakan target dari film “Twilight” dan pemilihan penduduk Jakarta Selatan, diambil untuk mempersempit populasi dari masyarakat Jakarta yang banyak dan luas .

III. 10. 3 Sampel

Sampel adalah bagian khusus dari populasi yang ingin diteliti untuk mendapatkan gambaran tentang karakteristik keseluruhan populasi. Sampel penelitian sangat dibutuhkan untuk menarik kesimpulan dari keseluruhan gejala atau objek yang diteliti. Maka sampel yang dipilih harus mampu mewakili populasi, yakni yang karakteristiknya kurang lebih sama dengan populasi.¹⁴ Jumlah anggota sampel yang akan diambil sebanyak 100 orang responden, karena tidak terdapatnya angka populasi yang pasti. Menurut buku Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer semakin banyak anggota sampel akan semakin representatif, jumlah anggota sampel hendaknya lebih dari 30 orang.¹⁵

Rancangan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah rancangan

¹³ Bungin, Burhan. *Op Cit.* Hal 99.

¹⁴ Bungin, Burhan. *Op Cit.* Hal 101.

¹⁵ Bulaeng, Andi. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer*. Jakarta: Andi. 2004. Hal 157.

sampel probabilita, yaitu penarikan sampel didasarkan pemikiran bahwa keseluruhan unit populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel, sehingga unit-unit populasi harus di acak, rancangan ini biasa disebut sampling acakan. Teknik rancangan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel acak sederhana, dalam random sampling ini setiap anggota dari populasi mempunyai kemungkinan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel. sampel acak sederhana biasa digunakan untuk penelitian dengan jumlah sampel yang tidak terlalu besar dengan karakteristik populasi yang cenderung homogen. Hal yang menjadi syarat pemakaian jenis penarikan sampel ini adalah tersedianya kerangka sampel yang memadai. Tahapan yang harus dilakukan dalam menarik sampel adalah :

1. Membentuk kerangka sampel
2. Memberi nomor setiap unsur dalam kerangka sampel secara acak
3. Pemilihan unsur untuk menjadi anggota sampel dapat dilakukan dengan cara undian atau tabel angka random.

Pemilihan anggota sampel dalam penelitian ini dengan cara diundi dengan menuliskan nomor dan nama kerangka sampel, dan mengambil nama dari undian tersebut yang dimana menjadi sampel dalam penelitian. Kerangka sampel dalam penelitian ini dibagi dengan dua kelompok yaitu kelompok siswa kelas tiga SMU Negeri 3 Jakarta dengan range usia 17-19 tahun dan alumni SMA Negeri 8 Jakarta dengan range umur 20-23 tahun. Kedua kelompok tersebut yang memenuhi syarat yaitu yang bertempat tinggal di Jakarta Selatan telah menonton film “Twilight”, dan menonton di bioskop 21 Cineplex Senayan City, Pondok Indah Mall 1 dan 2, dan Cilandak Town Square. Alasan pengambilan sampel tersebut dikarenakan kedua kelompok sesuai dengan kelas sosial pada populasi yaitu SES AB dan kedua sekolah tersebut berada di Jakarta Selatan yang memungkinkan siswa-siswanya banyak yang merupakan penduduk Jakarta Selatan. Sampel yang sudah diundi dari dua kelompok akan mengalami saringan (*screening*) untuk memastikan peneliti mendapatkan sampel yang tepat, jika terdapat sampel yang tidak sesuai dengan kerangka sampel maka peneliti akan mengambil undian lagi sampai jumlah responden yang diinginkan peneliti tercapai dengan sampel yang tepat yaitu 100 responden.

III. 10. 4 Kerangka sample

Aturan yang berlaku dalam teknik penarikan sampel

1. Pria dan wanita
2. Usia 17-23 tahun
3. SES A-B
4. Berdomisili di Jakarta Selatan
5. Sudah pernah menonton film “Twilight”
6. Menonton film “Twilight” di bioskop yang berlokasi di 21 Cineplex Senayan City, Pondok Indah Mall 1 dan 2, dan Cilandak Town Square
7. Jumlah sampel yang diteliti 100 orang

III. 11. Metode Analisis¹⁶

Tahap analisa data kuantitatif meliputi:

1. Data coding (pemberian kode terhadap data)

Merupakan menyusun secara sistematis data mentah yang terdapat dalam kuesioner ke dalam bentuk yang mudah dibaca oleh mesin mengolah data. Kode untuk pertanyaan terbuka, maka jawaban yang diperoleh dari responden harus diinventarisir terlebih dahulu, untuk kemudian diberikan kode sesuai dengan kepentingan peneliti.

2. Data entry

Memindahkan data yang telah diubah menjadi kode ke dalam mesin pengolah data. Caranya dengan membuat lembar kode, *direct entry*, optical scan sheet, dan CATI. Program komputer yang dapat dipakai untuk mengolah data, antara lain SPSS (Statistical Package for Social Science), Microstat, Survey Mate, STATS Plus, SAS, Microquest, dan lain-lain. Dalam penelitian ini program yang digunakan untuk mengolah data adalah SPSS 13.

3. Data cleaning

Memastikan bahwa seluruh data yang telah dimasukkan ke dalam mesin pengolah data sudah sesuai dengan yang sebenarnya. Disini peneliti memerlukan adanya ketelitian dan akurasi data. Caranya dengan *possible code cleaning*,

¹⁶ “Pengaruh Komunikasi Keluarga terhadap Kenakalan Remaja”. 1 Maret 2009, pkl 17:07:34. www.digilib.itb.ac.id.

contingency cleaning, dan modifikasi (melakukan pengkodean kembali data yang asli).

Possible code cleaning merupakan melakukan perbaikan kesalahan pada kode yang jelas tidak mungkin ada akibat salah memasukan kode. Sedangkan *contingency cleaning* lebih rumit dibandingkan dengan *possible code cleaning*. Kesalahan ini terjadi akibat adanya struktur kuesioner yang hanya khusus dijawab oleh sebagian orang saja, sedangkan yang lain tidak. Modifikasi adalah melakukan pengkodean kembali data yang asli.

4. Data output

Merupakan hasil pengolahan data. Bentuk hasil pengolahan data tersebut adalah:

a. Numerik atau dalam bentuk angka

hasil pengolahan data yang berupa numerik dapat disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan data silang.

b. Grafik atau dalam bentuk gambar

penyajian data dengan menggunakan grafik atau gambar lebih menarik jika dibandingkan penyajian data menggunakan tabel frekuensi maupun tabel silang. Namun penyajian data menggunakan gambar atau grafik memiliki kelemahan, yaitu adanya informasi yang hilang.

5. Analisis data univariat

Dalam penelitian ini menggunakan analisis data univariat, yaitu analisis terhadap satu variable. Penelitian ini menampilkan data distribusi frekuensi dengan menggunakan analisis deskriptif.

a. Distribusi Frekuensi

Merupakan susunan data dalam suatu tabel yang telah diklasifikasikan menurut kelas atau kategori-kategori tertentu. Perhitungan data dalam distribusi frekuensi dilakukan dengan menghitung frekuensi data tersebut dengan menggunakan rumus:

$$N = \frac{fx}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

N = Jumlah kejadian

F_x = Frekuensi kejadian

b. Tendensi Sentral

Untuk mendapatkan ciri khas tertentu dalam bentuk sebuah nilai bilangan yang merupakan ciri khas dari bilangan tersebut, peneliti dapat menggunakan teknik kecenderungan memusat atau tendensi sentral. Terdapat tiga ukuran tendensi sentral yang biasa dipakai dalam penelitian sosial, yaitu rata-rata, median, modus.

b. 1. Modus

Modus merupakan tendensi sentral yang menunjukkan frekuensi terbesar pada suatu kelompok data nominal tertentu, atau data yang paling banyak atau menonjol.

Contoh data tunggal: 1 2 1 1, modusnya adalah 1

Contoh data bergolong:

Kategori	Frekuensi
1-5	2
6-10	5
11-15	3

Maka modusnya adalah angka yang bergolong dalam 6-10.

Dalam penelitian ini tendensi sentral yang digunakan adalah melihat nilai modus, yaitu nilai yang paling sering muncul.

III. 12. Kelemahan Penelitian

1. Kelemahan dalam penelitian ini adalah tidak terdapatnya jumlah pasti dari populasi penonton yang menonton film “Twilight” di Jakarta Selatan.
2. Disaat peneliti melakukan survey, peneliti tidak dapat mengawasi setiap responden sehingga terdapat responden yang mengisi jawaban agar cepat selesai.
3. Pertanyaan penelitian yang banyak membuat beberapa responden jenuh

dan menjawab sekenanya di nomor-nomor terakhir.

4. Terdapatnya jenis pertanyaan terbuka dan semi terbuka, membuat responden malas mengisi, walaupun sebenarnya diantara pilihan jawaban yang diberi oleh peneliti tidak ada yang dapat mewakili jawaban responden tersebut.

