BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini penulis melakukan penelitian, sedangkan objek yang diambil dalam Tugas Akhir ini adalah analisis pelaksanaan periklanan melalui media surat kabar pada PT. Perdana Motor Cimahi.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir ini adalah metode deskriptif analisis, Yaitu menggambarkan keadaan perusahaan berdasarkan data dan informasi yang sebenarnya dengan cara mengumpulkan, menyusun, mengklasifikasi, dan menganalisis khususnya informasi dan data mengenai periklanan yang dilakukan oleh perusahaan.

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh gambaran tentang pelaksanaan Periklanan PT. Perdana Motor Cimahi pada media surat kabar dan apakah pelaksanaan tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan, oleh karena itu digunakan penelitian deskriptif yang bertujuan untuk memperoleh gambaran tentang Pelaksanaan Periklanan melalui media surat kabar pada PT. Perdana Motor Cimahi.

3.2.2 Operasionalisasi Variabel

Dalam melakukan penelitian ini sebagai salah satu sarana untuk mendapatkan data-data untuk laporan tugas akhir ini, penulis melakukan penelitian pada PT. Perdana Motor Cimahi, dan peneliti tertarik dengan pelaksanaan periklanan di PT. Perdana Motor Cimahi.

Adapun operasionalisasi variabel penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	**Konsep Variabel**	**Indikator**	**Ukuran**	**skala**
Periklanan melalui media surat kabar	Bentuk usaha menyampaikan informasi kepada konsumen melalui media surat kabar yang sifatnya menginformasikan, membujuk atau mengingatkan. Kotler, (2005:50)	Isi Pesan	• Tingkat perhatian • Tingkat daya tarik • Tingkat daya minat beli	• Ordinal • Ordinal • Ordinal
		Format pesan	• Tingkat kemenarikan gambar • Tingkat keserasian warna	• Ordinal • Ordinal
		Sumber pesan	• Tingkat keahlian	• Ordinal

			pembuat pesan • Tingkat kepercayaan terhadap sumber pesan • Tingkat kesukaan terhadap sumber pesan	• Ordinal • Ordinal
		Struktur pesan	• Tingkat kejelasan kata – kata • Tingkat pengertian terhadap kata – kata dalam iklan • Tingkat kata – kata yang bernada positif	• Ordinal • Ordinal • Ordinal

3.2.3 Metode Penarikan Sampel

3.2.3.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek / subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar

jumlah yang ada pada objek / subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik / sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (Sugiyono 2009:80).

Populasi yang akan diteliti adalah konsumen yang sedang melakukan transaksi pembelian di PT. Perdana Motor Cimahi khususnya orang-orang yang sedang melakukan transaksi, termasuk juga konsumen yang sedang *(Service)* atau yang sedang melakukan perawatan rutin kendaraan roda duanya. Dalam penelitian ini juga sasaran yang akan dipilih penulis adalah orang yang mengetahui akan informasi atau iklan PT. Perdana yang dimuat di surat kabar. Dimana rata-rata konsumen PT. Perdana Motor Cimahi yang berkunjung sebanyak 130 orang perhari, namun konsumen yang mengetahui akan informasi tentang periklanannya hanya sekitar 90 orang, dan konsumen yang tidak mengetahui tentang periklanannya sebanyak 40 orang.

3.2.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2009:81). 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. Kesimpulannya akan diberlakukan untuk populasi. Untuk sampel yang diambil dan populasi harus betul-betul representatif.

Jenis sampel yang digunakan adalah *probability sampling* (pengambilan sampel berdasarkan peluang). Dengan teknik *simple random sampling* (sampel acak

sederhana), yaitu sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga setiap unit penelitian dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Adapun rumus yang representatif digunakan adalah menurut Slovin yang dikutip oleh Husein Umar (2000:28) yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (Ne^2)}$$

$$n = \frac{90}{1 + (90 \text{ x } 0.1^2)}$$

= 47 orang

Dimana :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

E = Persen kelonggaran ketidak teliti karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil e = 0.1

Berarti anggota populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebanyak 47 orang.

1.2.4 Jenis dan Metode Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penyusunan Tugas Akhir ini beberapa metode ini yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data-data adalah sebagai berikut:

1. Studi Lapangan (*Field Research*)

Penelitin ini dilakukan untuk memperoleh data dengan cara meminjam langsnung dari perusahaan yang akurat, diantaranya dengan terjun langsung keperusahaan. Studi lapangan dibagi menjadi dua:

a. Teknik Observasi

Yaitu teknik dengan cara melakukan pengamatan langsung untuk memperoleh dat mengenai pelaksanaan Pelaksanaan Periklanan PT. Perdanan Motor Cimahi Pada Media Surat Kabar dan mengumpulkan data-data yang berhubungan dengan pembahasan dan kemudian pencatatan langsung dari sumber tertulis pada lokasi penelitian.

b. Teknik Wawancara

Yaitu teknik yang dilakukan dengan cara berkomunikasi langsung dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan objek penelitian yang sedang diamati untuk memperoleh dan mengumpulkan dan melalui wawancara langsung dengan sales manager perusahaan pada PT. Perdana Motor Cimahi yang merupakan sumber informasi untuk memperoleh data-data yang terkait dengan penelitian ini.

2. Teknik Kepustakaan (*Library Research*)

Yaitu mengumpulkan data teoritis sebagai dasar pemecahan masalah dalam pembahasan. Cara yang dilakukan untuk memperoleh data tersebut adalah dengan mempelajari, meneliti dan menelaah berbagai bahan bacaan (literature), seperti

buku atau artikel-artikel catatan. Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh data skundernya erguna untuk mendukung data primer yang ada.

3.2.5 Metode Analisis

Metode analisis yang digunakan peneliti yaitu analisis kualitatif.

Analisis kualitatif menurut Sugiyono (2009:9) yaitu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen).

Sesuai dengan pernyataan dari Redi Panuju (1995:45) "Bahwa untuk menentukan katagori tinggi, sedang dan rendah terlebih dahulu harus menentukan nilai Indeks minimum, maksimum dan intervalnya serta jarak intervalnya" sebagai berikut :

$$\text{Skor minimum dalam persentase} = \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\%$$

$$= \frac{1}{5} \times 100\%$$

$$= 20\%$$

$$\text{Skor maksimum dalam persentase} = \frac{skor\ \min imum}{skor\ maksimum} \times 100\%$$

$= \frac{5}{5} \times 100\%$

$= 100\%$

Interval dalam persentase $= \text{skor maksimum} - \text{skor minimum}$

$= 100\% - 20\%$

$= 80\%$

Panjang interval $= \frac{Interval}{Jenjang} = \frac{80\%}{5}$

$= 16\%$

Sehingga pengkategorian skor jawaban responden untuk masing-masing item penelitian sebagai berikut

Tabel 3.3

Kriteria Persentase Pengkategorian Skor Jawaban Responden

Interval Tingkat Intensitas	Kriteria
20%-< 36%	Sangat tidak baik
36%-<52%	Tidak baik
52%-<68%	Cukup baik
68%-<84%	Baik
84%-<100%	Sangat baik

Tabel 3.4

Penilaian Tanggapan Responden Tentang Periklanan PT. Perdana Motor di Media Surat Kabar

Jawaban	Nilai
Sangat Baik	5
Baik	4
Cukup Baik	3
Kurang Baik	2
Tidak Baik	1