

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan jenis penelitian yang menggambarkan apa yang dilakukan oleh perusahaan berdasarkan fakta-fakta yang ada berkaitan dengan penelitian ini untuk selanjutnya diolah menjadi data (Umar dalam azizah dan ali, 2009). Pada penelitian ini peneliti menganalisa serta menggambarkan bagaimana iklan JD.ID Pada Media youtube dapat efektif menarik perhatian penonton dengan menganalisa menggunakan EPIC model.

Penelitian ini termasuk dalam pendekatan campuran antara kuantitatif dan kualitatif. Menurut Sugiyono (2015:14) bahwa pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrumen, analisis data bersifat statistik.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey langsung dan tidak langsung. Dengan menggunakan instrumen atau alat bantu kuesioner. Pada survey langsung peneliti menyebarkan kuesioner pada responden yang jaraknya dapat di jangkau oleh peneliti serta peneliti juga menggunakan metode survey tidak langsung dimana peneliti menggunakan media google formulir untuk memudahkan responden yang jaraknya jauh dalam pengisian kuesioner. Dalam pengisian kuesioner efektifitas iklan dengan menggunakan Epic Model yang terdiri dari beberapa dimensi atau unsur yaitu *Emphaty, Persuasion, Impact and Communication Mode*. Epic Model digunakan untuk mengetahui pengaruh efektivitas iklan JD.ID.

Dalam penelitian ini skala yang di gunakan yaitu sklan interval. (Suharsaputra,2012) Skala interval adalah skala pengukuran yang mna jarak satu tingkat dengan tingkat yang lain sama. Skala interval merupakan alat untuk mengukur pertanyaan-pertanyaan dalam kuisisioner yang dijawab oleh reponden berdasarkan tingkat kesetujuan atau ketidak setujuannya. Dalam prosedur skala interval ini adalah menentukan bobot atas setiap pertanyaan dalam kuisisioner yang diebarkan.

Jawaban pertanyaan yang diajukan yaitu:

Tabel 3.1 Bobot Skala Interval

No	Jawaban	Bobot
1	SS = Sangat Setuju	5
2	S = Setuju	4
3	RR = Ragu-Ragu	3
4	TS = Tidak Setuju	2
5	STS = Sangat Tidak Setuju	1

Data yang digunakan adalah data primer dan sekunder. Primer, data yang diperoleh dari sumber berupa hasil pengisian kuisisioner. Data sekunder merupakan data yang berupa buku, artikel dan lain sebagainya.

3.3 Populasi dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi adalah serumpun atau sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian. Populasi penelitian dapat berupa keseluruhan (*universum*) dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya sehingga objek-objek ini dapat menjadi sumber data penelitian (Masyhuri, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang sudah menonton iklan JD.ID dengan judul “618 Mid Your Sale” menurut Sumber www.iklanesia.com jumlah penonton iklan melalui media youtube yaitu sebanyak 4.700 responden.

3.3.2 Sampel Penelitian

Menurut Sampel adalah objek yang diteliti yang dianggap mewakili seluruh populasi. Meskipun penelitian hanya mengambil sebagian dari objek yang diteliti, tetapi hasilnya dapat mewakili atau mencangkup seluruh objek yang diteliti (Notoatmodjo, 2018).

Sampel adalah objek yang diteliti atau dianggap dapat mewakili seluruh populasi. Apabila populasi penelitian tersebut meliputi 100-150 orang dan dalam pengumpulan data tersebut peneliti menggunakan angket atau kuesioner sebaiknya subjek sampel diambil seluruhnya. Tetapi jika jumlah populasinya besar atau terdapat beberapa ratus subjek populasi maka peneliti dapat menentukan kurang lebih 25-30% dari jumlah subjek tersebut. (Arikunto, 2016).

Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah jumlah masyarakat yang telah menonton iklan JD.ID. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian dengan memakai teknik purposive yaitu teknik yang didasarkan pada pertimbangan tertentu yang dibuat oleh peneliti sendiri, berdasarkan ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya (Notoatmodjo, 2018). Dengan kriteria sampel sebagai berikut :

Kriteria Inklusi :

1. Responden berusia > 17 tahun
2. Pernah menyaksikan iklan JD.ID lebih dari 2x
3. Tahu tentang aplikasi JD.ID

Menentukan jumlah sampel penelitian ini menggunakan menggunakan rumus *slovin* sebagai berikut:

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

Ket:

N = Besarnya populasi

n = Besarnya sampel

e = Persen kelonggaran(0,1)

Dengan menggunakan rumus diatas maka hasil sampel yang didapat adalah:

$$\begin{aligned} n &= \frac{4.700}{1 + 4.700(0,1)^2} \\ &= 97.91 = 98 \text{ responden} \end{aligned}$$

Hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel sebesar 97.91 kemudian dilakukan pembulatan dan didapat jumlah sampel sebesar 98 orang responden yang memenuhi persyaratan untuk mengisi kuisioner.

3.4 Variabel Penelitian

Variabel adalah ukuran atau ciri yang dimiliki oleh anggota-anggota suatu kelompok yang berbeda dengan yang dimiliki oleh kelompok lainnya. Variabel juga bisa diartikan sesuatu yang digunakan sebagai ciri, sifat, atau ukuran yang dimiliki atau didapatkan oleh suatu penelitian tentang suatu konsep pengertian tertentu (Notoatmodjo, 2018). Pada penelitian ini variabel yang diteliti adalah variabel tunggal yaitu iklan.

3.5 Definisi Oprasional Variabel

Adapun dalam oprasional variabel efektivitas iklan menggunakan EPIC Model adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Definisi Oprasional

Variable	Definisi Konsep Variabel	Definisi Variabel Oprasional	Indikator		Skala Ukur
Iklan	Iklan adalah satu bentuk komunikasi yang disampaikan kepada konsumen, memiliki bentuk yang menarik perhatian, terdapat informasi yang diberikan, dan tidak jarang menghibur yang melihat (moriarty 2011).	Pesan yang disampaikan oleh JD.Id melalui media Youtube	<i>Emphaty</i>	Penilaian dan respon konsumen melalui perasaan terhadap iklan televisi JD.ID dengan pribadi mereka.	Skala interval
			<i>Persuasi on</i>	Kekuatan iklan youtube JD.ID mengubah pemikiran untuk menjadi calon konsumen.	
			<i>Impact</i>	Perubahan pada perilaku konsumen setelah menonton iklan baik dalam pengetahuan, maupun perilaku untuk mau menggunakan produk.	
			<i>Communion</i>	Pemahaman konsumen dalam mengingat isi pesan dari iklan serta kesan yang diingat setelah menonton iklan.	

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Tabulasi

Dalam analisis tabulasi, data yang diperoleh diolah dalam bentuk presentase dengan rumus :

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100\%$$

Dimana:

P = presentase responden yang memilih kategori tertentu

F_i = jumlah responden yang memilih kategori tertentu

Σ f_i = Banyaknya jumlah responden

3.6.2 Skor rata-rata

EPIC Model terdiri dari empat dimensi yaitu empati, persuasi, dampak, dan komunikasi. Dari jawaban hasil kuesioner dari responden yang mencakup empat dimensi tersebut, maka digunakan Analisis Tabulasi Sederhana. Analisis Tabulasi Sederhana Dalam analisa tabulasi sederhana, data yang diperoleh kemudian diolah ke dalam bentuk persentase dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$X = \frac{f_i \cdot w_i}{\sum f_i}$$

Dimana:

X = Rata-rata bobot

F_i = Frekuensi

W_i = Bobot

Penggunaan metode EPIC model bertujuan untuk mengetahui dampak komunikasi iklan tersebut terhadap wisatawan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian dilakukan untuk mendapatkan nilai empathy, persuasion, impact, dan communication dari iklan.

Penelitian ini menggunakan skala likert, dengan Rentang skala yang digunakan dalam meneliti ini adalah 1 hingga 5, maka rentang skala penilaian yang didapatkan adalah:

$$R_s = \frac{5-1}{5} = 0,80$$

3.6.3 Posisi Keputusan Model EPIC

Setelah mendapatkan hasil dari analisis tabulasi sederhana dan skor rata-rata, untuk mengetahui efektif atau tidaknya iklan Youtube JD.ID, masing-masing promosi tersebut akan dihitung melalui rentang skala model EPIC untuk mengetahui dimana posisi nilai atau bobotnya. Skala model EPIC rate dilihat pada table berikut :

Tabel 3.3 Rentang Skala Model EPIC

Rentang Skala	Kriteria Keputusan
1.00 – 1.80	Sangat tidak efektif.
1,81 – 2.60	Tidak efektif.
2.61 – 3.40	Cukup efektif.
3,41 – 4.20	Efektif.
4.21 – 5.00	Sangat efektif.

Setiap dimensi EPIC akan di analisis masing -masing untuk mengetahui efektifitas dengan menggunakan skor rata-rata, kemudian nilai rata-rata tersebut akan dilihat menggunakan rentang skala Model EPIC mulai dari sangat tidak efektif sampai dengan sangat efektif.

EPIC : rata-rata E + rata-rata P + rata-rata I + rata-rata C

3.7 Uji Validitas

Uji Validitas adalah uji yang akan memperlihatkan seberapa jauh suatu pengukuran (tes) mampu mengungkapkan dengan tepat kondisi dari objek yang diukur. Dapat diketahui bahwa pertanyaan tersebut valid, tepat dan dapat digunakan dalam penelitian ini apabila dipatkan $\alpha < 0,001$.

3.8 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji yang akan memperlihatkan hasil pengukuran yang relatif sama dari subyek yang sama, selama aspek yang diukur tidak mengalami perubahan atau seberapa konsisten hasil pengukuran tersebut. Berikut hasil uji reabilitas di sajikan dalam table berikut:

Penelitian ini dilakukannya uji reliabilitas untuk mengukur konsisten atau tidak kuesioner dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh tidaknya variabel atau tingkat efektifitas kuesioner. dasar keputusan pengambilan uji reabilitas yaitu dianggap reliabel jika nilai variabel tersebut lebih besar dari $>0,60$ jika lebih kecil maka variabel yang diteliti tidak bisa dikatakan reliabel

3.9 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji statistik yang dilakukan untuk mengetahui bagaimana sebaran sebuah data. Cara uji normalitas dengan SPSS dapat dilakukan dengan kolmogorov smirnov. Selain itu juga bisa dengan metode grafik.

Hasil uji normalitas data dengan Kolmogorov-Smirnov dapat disimpulkan dengan membandingkan nilai angka probabilitas atau Asymp. Sig (2-tailed) dengan taraf signifikansi sebesar 0,05 atau 5% dengan pengambilan keputusan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05 atau 5% maka distribusi data adalah tidak normal. Dan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5% maka distribusi data adalah normal.

