

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menjelaskan mengenai metodologi yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian, tujuan dari metodologi ini adalah agar proses yang dilakukan lebih teratur dan sistematis, sehingga mudah memantau perkembangan dan tingkat keberhasilan.

Bahan penelitian terdiri beberapa jenis data dan sumber data.

1. Jenis data meliputi data kualitatif yaitu data yang diperoleh berupa keterangan narasumber.
2. Data kualitatif yaitu data berupa angka-angka dan dapat dihitung.

3.1. Tempat Penelitian

Untuk memperoleh data yang akurat, maka penulis melakukan penelitian guna memperoleh data dan informasi yang akurat. Tempat pelaksanaan penelitian pada STMIK Pringsewu yang berlokasi di Jl. Wismarini No. 09 Pringsewu-Lampung.

3.2. Metode Penelitian

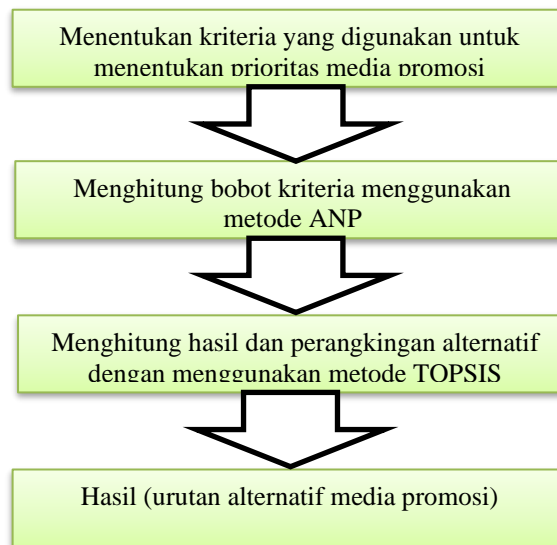
3.2.1. Metode Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian selalu terjadi proses pengumpulan data yang harus disesuaikan dengan sifat dan karakteristik penelitian yang dilakukan sehingga diperlukan metode pengumpulan yang tepat untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Oleh karena itu, untuk memperoleh data dimaksud peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Studi literatur, mengumpulkan teori-teori pendukung yang bersumber dari buku, jurnal dan penelitian yang terkait dengan kriteria media promosi, metode ANP dan TOPSIS.
2. Wawancara dan dilakukan terhadap bagian terkait yaitu bagian Hubungan Masyarakat (HUMAS).

3.2.2. Tahapan Penelitian

Analisis penyeleksian data dimulai dari pengolahan data input menjadi informasi yang berguna bagi pengambil keputusan. Proses tersebut meliputi tahapan seperti ditunjukkan pada Gambar 3.1. Diawali dengan menentukan kriteria-kriteria yang diperlukan dalam pemilihan prioritas media promosi. Setelah memperoleh kriteria yang diperlukan kemudian menentukan hubungan pengaruh ketergantungan (*interdependence*) antara kriteria yang ada. Selanjutnya adalah menghitung bobot prioritas kriteria dengan mempertimbangkan pengaruh ketergantungan antar kriteria menggunakan metode ANP. Setelah memperoleh bobot prioritas kriteria ketergantungan, selanjutnya adalah melakukan perankingan dengan menggunakan metode TOPSIS sehingga diperoleh urutan rekomendasi.



Gambar 3.1. Tahapan analisis data hingga proses pengambilan keputusan

3.2.3. Menentukan Kriteria Menggunakan Metode ANP

Salah satu bagian terpenting dalam SPK adalah menentukan kriteria. Oleh karena itu, desain dan pemilihan indeks sebagai input dari model pengambilan keputusan memiliki dampak langsung terhadap efisiensi model (Kambiz Shahroudi, Rouydel, Assimi, & Eyvazi, 2011). Penentuan urutan rekomendasi Pemilihan media promosi didasarkan pada kriteria . Kriteria tersebut diperoleh dari wawancara langsung dengan beberapa unit terkait di perguruan tinggi. Kriteria penilaian kinerja yang akan diukur, dijabarkan dalam tabel 3.2.

Tabel 3.2. Kriteria Pemilihan Prioritas Media Promosi

No	Kriteria Yang Digunakan
1	Capaian Target
2	Biaya
3	Jangkauan
4	Kelengkapan Informasi
5	Kecepatan
6	Jangka Waktu
7	Fleksibilitas Akses

Tabel 3.3. Nilai alternatif setiap kriteria

Kode Kriteria	Kriteria	Nilai
C1	Capaian Target	25%
C2	Biaya	15%
C3	Jangkauan	13%
C4	Kelengkapan Informasi	17%
C5	Kecepatan	8%
C6	Jangka Waktu	12%
C7	Flesibelitas Akses	10%
Total		100 %

Besaran nilai dalam % diatas didapatkan dari wawancara langsung terhadap ketua TIM Promosi STMIK Pringsewu. Dari kriteria-kriteria diatas maka diberikan nilai dengan sesuai tingkat kepentingan masing-masing kriteria dengan ketentuan sebagai berikut :

Tabel 3.4. Bobot Nilai

Bobot	Nilai
Sangat Rendah	1
Rendah	2
Cukup	3
Baik	4
Sangat baik	5

Untuk itu kriteria memiliki hasil dan bobotnya masing-masing. Berikut dapat dilihat pada tabel-tabel tentang setiap kriteria beserta bobotnya.

3.2.3.1. Capaian Target

Capaian target diambil dari wawancara terhadap bagian humas dan promosi berdasarkan media yang digunakan saat ini. Skala nilai dapat dilihat pada table 3.5.

Tabel 3.5. Skala Nilai Capaian Target

Target	Skor
Siswa SMA/SMK/MAN	5
Orang Tua/Wali	4
Masyarakat Umum	3

3.2.3.2. Biaya

Data ini didapatkan dari besaran biaya yang dikeluarkan kampus dalam kegiatan promosi. Skala nilai dapat dilihat pada table 3.6. dengan mangacu pada tabel lampiran besaran anggaran maksimum kampus STMIK Pringsewu.

Tabel 3.6. Skala Nilai Biaya

Besaran Biaya	Nilai
Murah	5
Cukup Murah	3
Mahal	2
Sangat Mahal	1

3.2.3.3. Jangkauan

Media yang digunakan hendaknya dapat menjangkau target sesuai sasaran berdasarkan ketentuan yang telah ditetapkan. Skala nilai dapat dilihat pada table 3.7. dengan mangacu pada tabel lampiran jangkauan langsung tim promosi kampus STMIK Pringsewu.

Tabel 3.7. Skala Nilai Jangkauan

Jangkauan	Nilai
Sangat Luas	5
Luas	4
Cukup Luas	3
Sempit	1

3.2.3.4. Kelengkapan Informasi

Informasi yang disampaikan harus lengkap agar target yang membacanya memiliki keinginan untuk mengikuti apa yang ada pada media tersebut. Skala nilai dapat dilihat pada table 3.8.

Tabel 3.8. Skala Nilai Kelengkapan Informasi

Kelengkapan Informasi	Nilai
Lengkap	5
Cukup Lengkap	3
Tidak Lengkap	2

3.2.3.5. Kecepatan

Media yang akan digunakan dalam kondisi saat ini dituntut untuk cepat sampai kepada konsumen/target perusahaan, oleh karena itu kecepatan masuk dalam kriteria prioritas pemilihan media promosi. Skala nilai dapat dilihat pada tabel 3.9.

Tabel 3.9. Tabel Skala Nilai Kecepatan

Kecepatan	Nilai
Sangat Cepat	5
Cepat	4
Lambat	2

3.2.3.6. Jangka Waktu

Dalam menggunakan media promosi, pada kenyataannya selain kecepatan perusahaan juga menginginkan media tersebut atau iklan yang mereka pasang dapat bertahan lama, Skala nilai dapat dilihat pada tabel 3.10.

Tabel 3.10. Tabel Skala Nilai Jangka Waktu

Jangka Waktu	Nilai
Sangat Lama	5
Lama	4
Cukup Lama	3
Tidak Lama	2

3.2.3.7. Fleksibilitas Akses

Promosi yang dikehendaki sebagian besar perusahaan adalah bahwa sebisa mungkin iklan tersebut dapat dilihat/diakses oleh siapapun dan kapanpun sesuai tujuan perusahaan. Skala nilai dapat dilihat pada table 3.11.

Tabel 3.11. Skala Nilai Fleksibilitas Akses

Fleksibilitas Akses	Nilai
Sangat Mudah	4
Mudah	3
Sulit	2
Sangat Sulit	1