



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI

3.1. Gambaran Umum

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif (Hermawan, 2005, hlm. 18) adalah suatu pendekatan penelitian yang bersifat objektif, penelitian ini mencakup pengumpulan dan analisis data. Metode kuantitatif lebih mendekati peneliti pada data, baik dalam metode pengumpulan data (dengan menggunakan angket/kuesioner), maupun dalam analisis berupa statistik dan angka-angka yang lebih dikedepankan daripada kata-kata dan organisasi bahasa. Penelitian kuantitatif cenderung lebih terstruktur, prosedur dan pertanyaannya telah ditentukan sebelum riset dilakukan, yang berarti teori diuji melalui riset. Metode kuantitatif ini penulis gunakan untuk mengetahui respon dari *audience video company profile* DKV UMN yang akan dibagi menjadi tiga macam respon, yaitu respon kognitif, afektif, dan konatif.

3.2. Desain Riset

Target audience yang digunakan untuk penelitian ini adalah siswa/siswi SMA kelas 12 dari 10 sekolah berbeda yang berada di Tangerang Selatan. Pemilihan 10 sekolah yang ada di Tangerang Selatan ini dilakukan secara acak/*random*. Riset dilakukan dengan menyebarkan kuesioner mengenai *video company profile* DKV UMN untuk mengetahui efektifitas penyampaian pesan dari *video company profile* DKV UMN.

3.2.1 Target Audience Riset

Penulis memilih *target audience* siswa/siswi SMA kelas 12 dikarenakan siswa/siswi SMA kelas 12 paling sesuai dengan kriteria yang penulis cari, yaitu, remaja yang akan memasuki kehidupan universitas, yang berarti mereka sudah memilih atau mempertimbangkan berbagai macam jurusan dari berbagai universitas pula, yang secara tidak langsung mereka sudah sedikit mengetahui tentang jurusan-jurusan yang ada di universitas, sehingga akan lebih memudahkan mereka saat menonton video *company profile* DKV UMN ini.

3.2.2 Pertanyaan Kuesioner

Riset yang disampaikan dalam bentuk kuesioner ini dibagi ke dalam tiga jenis pertanyaan, yang pertama adalah pertanyaan untuk aspek kognitif. Aspek kognitif ini adalah pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui apakah informasi dapat tersampaikan dengan benar atau tidak. Pertanyaan dalam kuesioner yang menjadi aspek kognitif adalah pertanyaan yang menyangkut fakta yang terdapat dalam video, yaitu mengenai jurusan apa yang menjadi topik utama dalam video *company profile* tersebut, lalu ada berapa peminatan, serta peminatan-peminatan apa yang disebutkan dalam video tersebut, yang terdapat pada pertanyaan kuesioner nomor 5-7. Yang kedua terdapat pertanyaan untuk aspek afektif, aspek afektif ini adalah pertanyaan yang digunakan untuk mengetahui selera responden mengenai video *company profile* ini. Pertanyaan yang mencakup aspek afektif ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang menanyakan pendapat responden mengenai video ini, yang terdapat dalam pertanyaan nomor 8-14 kuesioner. Yang terakhir adalah pertanyaan untuk aspek konatif, aspek konatif adalah pertanyaan yang

mencakup apakah terdapat perubahan sikap atau perilaku responden setelah melihat video *company profile* DKV UMN tersebut, yang terdapat dalam pertanyaan kuesioner nomor 16-17.

3.3. Tahapan Kerja

Tahapan kerja pertama yang penulis lakukan adalah menentukan *target audience* dari video *company profile* yang akan dibuat. Setelah menentukan target responden yaitu remaja khususnya SMA kelas 12, penulis dan kelompok membuat video *company profile* DKV UMN yang memakan waktu sekitar 5 bulan. Setelah video selesai dibuat, penulis mulai menyusun pertanyaan-pertanyaan yang dibuat untuk mengetahui respon *audience* terhadap video *company profile* DKV UMN yang telah dibuat berdasarkan aspek kognitif, afektif dan konatif.

Setelah pertanyaan-pertanyaan kuesioner dibuat, penulis mulai menentukan sekolah yang menjadi tujuan penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner ini dilakukan ke 10 sekolah berbeda di Tangerang Selatan, yaitu Santa Ursula, Stella Maris, Ora et Labora, Penabur, Saint John, Pahoa, Bina Nusantara, Al-Azhar, SMAN 7, dan SMAN 12 dengan target responden 10 orang setiap sekolah. Setelah itu, penulis membuat daftar sekolah yang akan didatangi terlebih dahulu, kemudian penulis mulai mencari tahu jam pulang sekolah masing-masing SMA, jika penulis tidak mengetahui jam pulang sekolah mereka, penulis mengambil acuan jam pulang SMA paling cepat adalah jam 13:30, maka penulis akan datang ke sekolah tersebut jam 13:00.

Pada saat datang ke 10 sekolah tersebut, penulis juga memperhitungkan lokasi untuk menunjukkan video, dimana penulis mencari tempat yang memiliki gangguan paling sedikit agar responden dapat lebih fokus dalam menonton video *company profile* DKV UMN. Beberapa tempat yang penulis pilih sebagai tempat menunjukkan video adalah tempat-tempat yang cukup sepi dan tenang, pada saat penulis menunjukkan video di lapangan parkir, penulis akan mencari tempat yang teduh dan cukup sepi supaya *sound* dalam video dapat terdengar dengan jelas. Walaupun sudah memperhitungkan tempat yang teduh dan sepi, namun penulis tetap menemukan gangguan di lapangan misalnya pada saat penulis menunjukkan video, jika ada orang-orang yang melintas di sekitar lokasi membuat responden sedikit teralihkan perhatiannya kepada orang yang lewat tersebut dan juga jika ada motor maupun mobil yang melewati sekitar lokasi.

Cara penulis mengumpulkan data adalah dengan menunggu di lapangan parkir atau di gerbang sekolah lalu menanyakan satu persatu murid-murid SMA yang berada di sekitar sekolah tersebut. Lalu penulis menanyakan terlebih dahulu apakah murid-murid tersebut memiliki waktu luang, jika murid-murid tersebut mempunyai waktu luang, barulah penulis mengatakan maksud penulis yang ingin menyebarkan kuesioner. Sebelum kuesioner disebarkan, penulis memperlihatkan video *company profile* DKV UMN terlebih dahulu dengan menggunakan laptop.

3.3.1 Penyusunan Pertanyaan

Pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuesioner adalah mengenai *profile* responden, pertanyaan yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan konatif. Isi kuesioner sebagai berikut:

KUESIONER

1. Jenis kelamin :

- a. L b. P

2. Asal sekolah Anda:

.....

3. Umur:

- a. 15 b. 17
c. 16 d. 18

4. Asal/Domisili:

- a. Tangerang Selatan
b. (Luar Tangerang)

5. Video *company profile* tersebut berisikan informasi mengenai jurusan apa?

- a. Desain Komunikasi Visual (DKV)
b. Ilmu Komunikasi
c. Akuntansi
d. Sistem Informasi

6. Dalam video *company profile* tersebut, terdapat berapa pilihan peminatan?

- a. 2 b. 4
c. 3 d. 5

7. Apa sajakah peminatan-peminatan tersebut?

- a. Desain Interior e. Sinematografi
b. Desain Grafis f. Desain Produk
c. Interaktif Media Desain (*Game*) g. Arsitektur

d. Seni Rupa

h. Animasi

8. Menurut Anda, apakah video ini sudah memberikan informasi secara jelas?

a. Sangat Jelas

b. Jelas

c. Kurang Jelas

d. Tidak Jelas

9. Menurut Anda, apakah video ini menarik?

a. Sangat menarik

d. Kurang menarik

b. Menarik

e. Tidak menarik

c. Biasa saja

10. Apakah *scene*/bagian pembuka DKV Semester 1&2 menarik?

a. Sangat menarik

d. Kurang menarik

b. Menarik

e. Tidak menarik

c. Biasa saja

11. Apakah *scene*/bagian peminatan menarik?

a. Sangat menarik

d. Kurang menarik

b. Menarik

e. Tidak menarik

c. Biasa saja

12. Apakah *scene*/bagian event dan peralatan menarik?

a. Sangat menarik

d. Kurang menarik

b. Menarik

e. Tidak menarik

c. Biasa saja

13. Apakah *scene*/bagian alumni menarik?

a. Sangat menarik

d. Kurang menarik

b. Menarik

e. Tidak menarik

c. Biasa saja

14. Apakah *scene*/bagian dosen menarik?

a. Sangat menarik

d. Kurang menarik

b. Menarik

e. Tidak menarik

c. Biasa saja

15. Apakah Desain Komunikasi Visual (DKV) menjadi pilihan Anda untuk kuliah?

a. Ya (lanjutkan pertanyaan nomor 16 & 17)

b. Tidak

16. Jika ingin melanjutkan kuliah DKV, peminatan apa yang menarik minat Anda?

a. Desain Grafis

d. Sinematografi

b. Animasi

e. Lainnya

c. Interaktif Media Desain

17. Setelah melihat video ini, apakah Anda tertarik masuk DKV UMN?

a. Sangat Tertarik

d. Kurang Tertarik

b. Tertarik

e. Tidak Tertarik

c. Biasa Saja

3.4. Peralatan

Peralatan yang penulis gunakan dalam melakukan penelitian ini adalah laptop, yang penulis gunakan untuk memperlihatkan hasil video *company profile* DKV UMN, lalu alat tulis *pen* yang penulis gunakan dalam penyebaran kuisisioner

kepada responden, kemudian *PC* yang penulis gunakan untuk menulis laporan dan mengolah data kuesioner.

3.5. Temuan

Berdasarkan survei yang telah terlaksana, maka klasifikasi data responden beserta responnya dapat dilihat dalam keterangan berikut:

a. Dari sekolah manakah Anda berasal?

Nama Sekolah	Jumlah Responden
Santa Ursula BSD	14
Ora et Labora	10
Stella Maris BSD	11
Penabur	10
Pahoa	10
Saint John	10
Bina Nusantara	10
Al-Alzhar	10
SMAN 12	10
SMAN 7	10

b. Umur

Umur	Jumlah Responden
15 tahun	0
16 tahun	2
17 tahun	81
18 tahun	22

c. Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden
Laki-laki	34
Perempuan	71

d. Domisili/Asal:

Domisili/Asal	Jumlah Responden
Tangerang Selatan	103
Luar Tangerang Selatan	2

e. Video *company profile* tersebut berisikan tentang apa?

Program Studi	Jumlah Responden
Desain Komunikasi Visual (DKV)	105
Ilmu Komunikasi	0
Akuntansi	0
Sistem Informasi	0

f. Terdapat berapa peminatan?

Jumlah Peminatan	Jumlah Responden
2	0
3	2

4	103
5	0

g. Apa sajakah peminatannya?

Benar	101
Salah	4

h. Apakah informasi video ini sudah jelas?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Jelas	8
Jelas	77
Kurang Jelas	20
Tidak Jelas	0

i. Apakah video ini menarik?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Menarik	12
Menarik	57
Biasa Saja	31
Kurang Menarik	5
Tidak Menarik	0

j. Apakah *scene* awal/bagian pembuka DKV semester 1&2 menarik?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Menarik	6
Menarik	40
Biasa Saja	49
Kurang Menarik	10
Tidak Menarik	0

k. Apakah *scene* /bagian peminatan menarik?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Menarik	22
Menarik	66
Biasa Saja	16
Kurang Menarik	1
Tidak Menarik	0

l. Apakah *scene* /bagian event dan peralatan menarik?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Menarik	6
Menarik	34
Biasa Saja	53
Kurang Menarik	12
Tidak Menarik	0

m. Apakah *scene* /bagian alumni menarik?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Menarik	1
Menarik	22
Biasa Saja	46
Kurang Menarik	32
Tidak Menarik	4

n. Apakah *scene* /bagian dosen menarik?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Menarik	1
Menarik	9
Biasa Saja	57
Kurang Menarik	34
Tidak Menarik	4

o. Apakah DKV menjadi pilihan Anda untuk kuliah?

Ya	15
Tidak	90

p. Jika masuk DKV, peminatan apa yang diminati?

Peminatan	Jumlah Responden
Desain Grafis	8
Animasi	3
Sinematografi	4
Interaktif Media Desain	0
Lainnya	0

q. Apakah setelah melihat video ini tertarik masuk UMN?

Keterangan	Jumlah Responden
Sangat Tertarik	2
Tertarik	9
Biasa Saja	4
Kurang Tertarik	0
Tidak Tertarik	0

UMMN