



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Subjek Penelitian

Pada penelitian ini, subjek penelitian adalah fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. Peneliti memilih fitur *instant messaging* LINE Find Alumni karena strategi *marketing communication* yang dijalankan menggunakan *online advertising*. Tidak hanya menggunakan *online advertising*, namun fitur LINE tersebut berhasil menciptakan *brand awareness* dengan teknik *meme* internet.

LINE merupakan *brand* pertama yang mampu mengintegrasikan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dengan strategi *marketing communication* lainnya.

Adapun informan penelitian terdiri dari:

a) *Public Relations Officer* LINE Indonesia

Peneliti memilih *Public Relations Officer* LINE Indonesia secara sengaja sebagai salah satu informan karena perusahaan memanfaatkan momentum *meme* internet sebagai teknik *online advertising* sekaligus mengintegrasikan dengan strategi *marketing communication* untuk menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. LINE sukses menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni menggunakan metode ini yang diintegrasikan dengan strategi *marketing communication* lainnya.

Public Relations Officer LINE Indonesia merupakan salah satu informan dalam penelitian ini karena memang baru hanyalah LINE Indonesia yang memanfaatkan penerapan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* yang diintegrasikan dengan strategi *marketing communication* lainnya dalam menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. Selama



LINE Indonesia memanfaatkan strategi ini, perusahaan sudah cukup puas akan peningkatan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni dan terbukti nyata memang LINE Indonesia mendapatkan peningkatan *brand awareness* yang relatif besar dengan cara ini.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b) Praktisi dan Akademisi

Informan berikutnya bertempat tinggal di Jakarta dan dibatasi pada orang yang telah/sedang menjadi seorang akademisi maupun praktisi dalam bidang *marketing communication*. Informan ini seorang yang aktif dalam dunia pendidikan dan juga dunia profesional di bidang *marketing communication*. Alasan pemilihan informan tersebut karena informan yang aktif dalam dua bidang profesi, yaitu akademisi dan praktisi memiliki wawasan yang luas dan terbuka terhadap pandangan-pandangan baru.

Dalam mengikuti perkembangan zaman seorang akademisi dan praktisi dapat mengadaptasi maupun mengadopsi pandangan-pandangan baru tersebut untuk melahirkan suatu gagasan ataupun ide segar dalam bidang *marketing communication*. Disamping itu juga, dengan informan sebagai seorang akademisi dan praktisi, diharapkan informan dapat memberikan penjelasan secara terstruktur dengan menggabungkan ilmu akademisi yang dimiliki dengan pengalaman di dunia profesional sebagai seorang praktisi. Penggabungan antara teori dan praktek akan memperkaya informasi yang didapatkan apakah *meme* internet sebagai teknik *online advertising* yang dapat diaplikasikan dalam menciptakan *brand awareness*.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



B. Objek Penelitian

Adapun objek dalam penelitian ini adalah *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. Pemilihan objek penelitian ini karena ingin membuktikan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dapat menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. Untuk melakukan penelitian tersebut, maka dipilih responden siswa Carrot Academy program belajar *Illustration Essential*, *Illustration Fundamental* dan *Concept Art* sebagai responden.

Siswa diambil dari berbagai angkatan 2013 sampai 2014. Menurut data yang diperoleh dari bagian Administrasi Siswa Carrot Academy, angkatan 2013 berjumlah 134 orang dan angkatan 2014 berjumlah 142 orang. Jumlah di atas merupakan jumlah keseluruhan siswa program belajar *Illustration Essential*, *Illustration Fundamental* dan *Concept Art* yang pernah mengikuti program belajar ilustrasi di Carrot Academy.

C. Desain Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *mixed methods*. Penelitian ini merupakan suatu langkah penelitian dengan menggabungkan dua bentuk penelitian yang telah ada sebelumnya yaitu penelitian kualitatif dan penelitian kuantitatif. Menurut Creswell (2010:15), metode *mixed methods* merupakan pendekatan penelitian yang mengkombinasikan antara penelitian kualitatif dengan penelitian kuantitatif. Menurut pendapat Sugiyono (2014:404) menyatakan bahwa metode penelitian kombinasi (*mixed methods*) adalah suatu metode penelitian yang mengkombinasikan atau menggabungkan antara metode kuantitatif dengan metode kualitatif untuk digunakan secara bersama-sama dalam suatu kegiatan penelitian, sehingga diperoleh data yang komprehensif, valid, reliable dan obyektif.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© HAK CIPTA MILIK IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Munculnya metode *mixed methods* ini mulanya hanya mencari usaha penggabungan antara data kualitatif dengan data kuantitatif (Creswell, 2010:22). Diperjelas lagi oleh Tashakkori dan Teddi (2010:3-4) dalam bukunya yang berjudul *Mixed Methodology*, bahwa mengombinasikan pendekatan kualitatif dan kuantitatif ini muncul setelah adanya debat yang berkepanjangan antara dua paradigma yang menjadi pedoman dari peneliti, kedua paradigma tersebut adalah positivis/empiris yang menjadi dasar konseptual dari metode kuantitatif dan paradigma konstruktivis/fenomenologi yang menjadi dasar dari metode kualitatif. Menurut Creswell (2010:22-23), strategi-strategi dalam *mixed methods*, yaitu:

1. Strategi metode campuran sekuensial/bertahap (*sequential mixed methods*) merupakan strategi bagi peneliti untuk menghubungkan data yang ditemukan dari satu metode dengan metode lainnya. Strategi ini dapat dilakukan dengan interview terlebih dahulu untuk mendapatkan data kualitatif, lalu diikuti dengan data kuantitatif dalam hal ini menggunakan survei. Strategi ini dibagi menjadi tiga bagian, yaitu (Creswell, 2010:36-39):

a. Strategi eksplanatoris sekuensial.

Dalam strategi ini tahap pertama adalah mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif kemudian diikuti oleh pengumpulan dan menganalisis kualitatif yang dibangun berdasarkan hasil awal kuantitatif. Bobot atau prioritas ini diberikan pada data kuantitatif.

b. Strategi eksploratoris sekuensial.

Strategi ini kebalikan dari strategi eksplanatoris sekuensial, pada tahap pertama peneliti mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif kemudian mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif pada tahap kedua yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



didasarkan pada hasil dari tahap pertama. Bobot utama pada strategi ini adalah pada data kualitatif.

c. Strategi transformatif sekuensial.

Pada strategi ini peneliti menggunakan perspektif teori untuk membentuk prosedur-prosedur tertentu dalam penelitian. Dalam model ini, peneliti boleh memilih untuk menggunakan salah satu dari dua metode dalam tahap pertama dan bobotnya dapat diberikan pada salah satu dari keduanya atau dibagikan secara merata pada masing-masing tahap penelitian.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2. Strategi metode campuran konkuren/sewaktu-waktu (*concurrent mixed methods*) merupakan penelitian yang menggabungkan antara data kuantitatif dan data kualitatif dalam satu waktu. Terdapat tiga strategi pada strategi metode campuran konkuren ini, yaitu (Creswell, 2010: 40-42):

a. Strategi triangulasi konkuren.

Dalam strategi ini, peneliti mengumpulkan data kuantitatif dan data kualitatif dalam waktu yang bersamaan pada tahap penelitian, kemudian membandingkan antara data kualitatif dengan data kuantitatif untuk mengetahui perbedaan atau kombinasi.

b. Strategi *embedded* konkuren.

Strategi ini hampir sama dengan model triangulasi konkuren, karena sama-sama mengumpulkan data kualitatif dan kuantitatif dalam waktu yang bersamaan. Membedakannya adalah model ini memiliki metode primer yang memandu proyek dan data sekunder yang memiliki peran pendukung dalam setiap prosedur penelitian. Metode sekunder yang kurang begitu dominan/berperan (baik kualitatif atau kuantitatif) ditancapkan (*embedded*) ke dalam metode yang lebih dominan (kualitatif atau kuantitatif).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Strategi transformatif konkuren.

Seperti model transformatif sequential yaitu dapat diterapkan dengan mengumpulkan data kualitatif dan data kuantitatif secara bersamaan serta didasarkan pada perspektif teoritis tertentu.

3. Prosedur metode campuran transformatif (*transformative mixed methods*) merupakan prosedur penelitian dimana peneliti menggunakan kacamata teoritis sebagai perspektif *overarching* yang didalamnya terdiri dari data kualitatif dan data kuantitatif. Perspektif inilah yang nantinya akan memberikan kerangka kerja untuk topik penelitian, teknik pengumpulan data dan hasil yang diharapkan dari penelitian.

Dalam penelitian ini menggunakan strategi metode campuran sequential/bertahap (*sequential mixed methods*) terutama strategi eksploratoris sequential, karena dalam penelitiannya merupakan kombinasi antara penelitian kualitatif dan kuantitatif sehingga diperlukan metode yang kompleks pula, apabila menggunakan metode yang lain, hanya mampu menjawab salah satu permasalahan yang terjadi. Pada tahap pertama mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dalam menjawab rumusan masalah pertama dan kedua, yakni apakah *meme* internet dapat dikatakan sebagai teknik *online advertising* dan bagaimana proses penggunaan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dalam menciptakan *brand awareness*. Kemudian tahap kedua, mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif dalam hal ini untuk menjawab rumusan masalah yang kedua, yakni apakah *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dapat menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni.

Pada tahap pertama penelitian menggunakan metode kualitatif. Teori bagi peneliti kualitatif akan berfungsi sebagai panduan untuk dapat memahami konteks

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



sosial secara lebih luas dan mendalam. Walaupun peneliti kualitatif dituntut untuk menguasai teori yang luas dan mendalam, namun dalam melaksanakan penelitian kualitatif, peneliti kualitatif harus mampu melepaskan teori yang dimiliki tersebut dan tidak digunakan sebagai panduan untuk menyusun instrumen dan sebagai panduan untuk wawancara dan observasi. Peneliti kualitatif dituntut dapat menggali data berdasarkan apa yang diucapkan, dirasakan dan dilakukan oleh partisipan atau sumber data.

Peneliti kualitatif harus bersifat “*perspective emic*” artinya memperoleh data bukan “*sebagaimana seharusnya*”, bukan berdasarkan apa yang dipikirkan oleh peneliti, tetapi berdasarkan sebagaimana adanya yang terjadi di lapangan, yang dialami, dirasakan dan dipikirkan oleh partisipan/sumber data (Sugiyono, 2014:412). Penerapan dalam penelitian ini dengan mengkombinasikan hasil wawancara dari ahli *online advertising* dan responden penelitian yang dihubungkan dengan teori yang berkembang saat ini. Hasil yang diperoleh kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma interpretif yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang *holistic* atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna dan hubungan gejala interaktif (*reciprocal*), pendekatan interpretif berangkat dari upaya untuk mencari penjelasan tentang peristiwa-peristiwa sosial atau budaya yang didasarkan pada perspektif dan pengalaman orang yang diteliti. Pendekatan interpretif diadopsi dari orientasi praktis. Secara umum pendekatan interpretif diadopsi dari orientasi praktis. Secara umum pendekatan interpretif merupakan sebuah sistem sosial yang memaknai perilaku secara detail langsung mengobservasi (Neuman, 2007:68).

Interpretif melihat fakta sebagai sesuatu yang unik dan memiliki konteks dan makna yang khusus sebagai esensi dalam memahami makna sosial. Interpretif melihat

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



fakta sebagai hal yang cair (tidak kaku) yang melekat pada sistem makna dalam pendekatan interpretif. Fakta-fakta tidaklah imparsial, objektif dan netral. Fakta merupakan tindakan yang spesifik dan kontekstual yang bergantung pada pemaknaan sebagai orang dalam situasi sosial. Interpretif menyatakan situasi sosial mengandung ambiguitas yang besar. Perilaku dan pernyataan dapat memiliki makna yang banyak dan dapat diinterpretasikan dengan berbagai cara (Neuman, 2007:72).

Metode penelitian eksploratoris sekuensial terbagi menjadi tiga, yaitu deskriptif, komparatif dan asosiatif. Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah metode penelitian eksploratoris sekuensial deskriptif.

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat menggambarkan suatu fenomena, peristiwa, gejala, baik menggunakan data kuantitatif maupun kualitatif (Sugiyono, 2014: 463).

Pada penelitian ini, data kuantitatif digunakan untuk mendukung dan melengkapi data kualitatif. Penggabungan data kuantitatif dengan data kualitatif ini biasanya didasarkan pada hasil-hasil yang telah diperoleh sebelumnya dari tahap pertama. Prioritas utama pada tahap ini lebih ditekankan pada tahap pertama dan proses penggabungan diantara keduanya terjadi ketika peneliti menggabungkan antara analisis data kualitatif dengan pengumpulan data kuantitatif.

Data kualitatif ini didapatkan melalui wawancara dengan partisipan secara mendalam. Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai konsep *meme* internet sehingga dapat disimpulkan bahwa *meme* internet sebagai teknik *online advertising*. Selain itu, metode ini juga, untuk mengetahui proses penggunaan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dalam menciptakan *brand awareness* maka untuk itu menggunakan instrument wawancara kepada *Public Relation* LINE Indonesia dan juga seorang akademisi yang juga aktif sebagai praktisi.



awareness fitur *instant messaging* LINE Find Alumni, sehingga hasil yang didapat dari peneliti ini yaitu memberikan gambaran yang luas mengenai judul tersebut. Melalui metode ini peneliti ingin menggambarkan rangkaian proses *meme* internet sebagai teknik *online advertising* digunakan dalam menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni dari awal mulanya apa yang mendasari tercetusnya ide tersebut untuk menciptakan strategi *marketing communication* seperti ini hingga bagaimana strategi *marketing communication* ini dapat diterapkan dalam fitur *instant messaging* LINE Find Alumni dan perusahaan hanya mengeluarkan dana yang sedikit untuk melakukan strategi *marketing communication* namun memperoleh hasil yang maksimal.

D. Jenis Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Sugiyono, 2014:67). Data primer dalam penelitian ini merupakan hasil wawancara langsung antara peneliti dengan perusahaan LINE Indonesia dan akademisi yang aktif sebagai praktisi. Peneliti melakukan wawancara mendalam dan FGD secara langsung untuk mengetahui secara lebih detail tentang *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dan juga mengenai proses *meme* internet itu sendiri dimanfaatkan penerapan sebagai strategi *marketing communication* serta diintegrasikan dengan strategi *marketing communication* lainnya untuk menciptakan *brand awareness*.

Data primer yang dikumpulkan tidak hanya melalui wawancara mendalam, namun data tersebut diperoleh dari survei berupa kuesioner yang peneliti sebarakan



kepada responden. Responden dalam survei yang peneliti lakukan adalah siswa Carrot Academy. Peneliti melakukan survei berupa kuesioner untuk mengetahui apakah *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dapat menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2014:67) didefinisikan bahwa data sekunder sebagai data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu observasi partisipasi pasif dan kepustakaan yang dilakukan peneliti untuk menambah data sekunder. Dengan cara mengamati kegiatan *marketing communication* LINE Indonesia.

Melihat bahwa benar LINE memanfaatkan *meme* internet yang muncul secara tidak terduga, menjadikannya sebagai teknik *online advertising* yang kemudian diintegrasikan dengan strategi *marketing communication* untuk menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* Find Alumni dan memantau pengguna sekarang melalui *review* yang diberikan oleh pengguna melalui *social media*-nya. Data sekunder dalam penelitian ini adalah dari data-data jurnal penelitian untuk mendukung hasil isian kuesioner dan wawancara kepada praktisi yang juga akademisi *online advertising*.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



E. Variabel Penelitian Kuantitatif

Variabel adalah bagian empiris dari sebuah konsep atau konstruk. Variabel berfungsi sebagai penghubung anatar dunia teoritis dengan dunia empiris. Variabel merupakan fenomena dan peristiwa yang dapat diukur dalam proses riset. Variabel penelitian yang akan diukur selanjutnya dijabarkan ke dalam dimensi-dimensi, kemudian dimensi ini akan dibagi lagi menjadi indikator-indikator yang dapat diukur. Indikator-indikator yang dapat diukur inilah yang menjadi titik tolak dalam pembuatan item instrument pertanyaan maupun pernyataan.

Dalam penelitian ini, terdapat 2 (dua) variabel yang akan diukur. Adapun variabel yang akan diukur tersebut terdiri dari variabel independen dan dependen. Variabel independen (bebas) dalam penelitian ini adalah *online advertising*. Sedangkan variabel dependen (terikat) dalam penelitian ini adalah *brand awareness*. Kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini memiliki operasionalisasi variabel sebagai berikut:

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
1	Online Advertising	Meme Internet {Pratomo & Hardianto (2008:36) dan Yoo, et. al (2004:56)}	Keberadaan Ilustrasi	Gambar dan foto yang di tampilkan bisa membuat <i>meme</i> internet menjadi lebih atraktif	Likert
			Warna	Komposisi warna pada <i>meme</i> internet menarik	Likert
			Gaya bahasa	Gaya bahasa yang digunakan menarik sesuai dengan pembaca	Likert
			Animasi	Animasi dengan grafik dan gambar bergerak menambah nilai persuasif (membujuk) pada iklan	Likert
			Involvement	Saya tertarik untuk meng-	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
1.	© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Brand Awareness Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie	<i>Brand Recognition</i> (Durianto, dkk, 2004:46)	Lokasi	klik iklan LINE karena memberikan pengetahuan dan informasi tentang produk Penempatan <i>meme</i> internet pada website mudah dilihat	Likert
			<i>Pengenalan brand</i> dengan penggunaan alat bantu untuk dapat mengenali <i>brand</i> tertentu	<ul style="list-style-type: none"> • Desain <i>meme</i> internet yang menarik membantu saya mengetahui adanya fitur “Find Alumni” pada Aplikasi chat LINE • Adegan <i>meme</i> internet yang ditampilkan membantu saya mengenal fitur Find Alumni pada aplikasi chat LINE. • Serial <i>meme</i> internet membantu memahami cara menggunakan fitur Find Alumni pada aplikasi chat LINE. • Kata-kata pada <i>meme</i> internet mengenalkan tentang kegunaan fitur Find Alumni pada aplikasi chat LINE. 	Likert
			<i>Pengingatan brand</i> dengan penggunaan alat bantu untuk dapat mengingat <i>brand</i> tertentu	Tanpa <i>meme</i> internet, saya akan kesulitan untuk mengingat adanya fitur Find Alumni pada aplikasi chat LINE.	Likert
2.		<i>Brand Recall</i> (Fuada,et. al, 2014: 5)	<i>Encoding</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika membaca atau melihat tentang aplikasi chat, maka saya langsung teringat pada fitur Find Alumni pada aplikasi chat “LINE”. • Ketika membaca atau melihat berita tentang 	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

2

1. Dilarang menyalin atau seluruhnya atau sebagian tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



No	Variabel	Dimensi	Indikator	Item	Skala
	<p>© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</p> <p>Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang</p>			<p>aplikasi chat “LINE” saya langsung teringat pada fitur Find Alumni pada aplikasi chat tersebut</p>	
			<p>Retrieval</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Ketika orang di sekitar saya berbicara tentang aplikasi chat, maka saya langsung teringat pada fitur Find Alumni pada aplikasi chat “LINE”. • Ketika mendengar tentang aplikasi chat “LINE” saya langsung teringat pada fitur Find Alumni pada aplikasi chat tersebut. • Ketika mendengar berita tentang fitur Find Alumni pada aplikasi chat “LINE” saya langsung teringat pada fitur tersebut. 	<p>Likert</p>

Sumber: Pratomo & Hardianto (2008:36), Yoo, et. al (2004:56), Durianto, dkk (2004: 46),

Fuada,et. al (2014: 5)

F. Teknik Pengumpulan Data Metode Campuran (*Mixed Methods*)

Pada penelitian *mixed methods* yang merupakan kombinasi kualitatif dan kuantitatif, peneliti menggunakan beberapa strategi pengumpulan data yaitu: wawancara mendalam, survei, kepustakaan dan observasi partisipasi pasif. Berikut adalah penjelasan mengenai teknik pengumpulan data yang dilakukan:

1. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Dalam penelitian dikenal teknik wawancara-mendalam (Hariwijaya, 2007: 73-74). Teknik ini biasanya melekat erat dengan penelitian kualitatif. Wawancara



mendalam (*in-depth interview*) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Keunggulannya ialah memungkinkan peneliti mendapatkan jumlah data yang banyak, sebaliknya kelemahan ialah karena wawancara melibatkan aspek emosi, maka kerjasama yang baik antara pewawancara dan yang diwawancarai sangat diperlukan.

Pada penelitian ini menggunakan metode wawancara mendalam (*in-depth interview*) yang dilakukan oleh dua pihak yaitu peneliti dan informan. Menurut Sugiyono (2014:73), wawancara semistruktur tergolong dalam *indepth interview* di mana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.

Wawancara dimaksud dilakukan dengan informan kunci dan/atau subjek penelitian pada umumnya. Informan kunci adalah orang-orang yang mengalami langsung dan juga memiliki pengetahuan serta pengalaman yang luas dan mendalam, sehingga ikut memberikan data yang bermanfaat. Tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, di mana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat dan ide-idenya. Informan diminta untuk menceritakan pengalaman serta perasaannya. Dalam wawancara ini peneliti telah membuat ataupun merumuskan kerangka dan garis besar pokok-pokok yang akan ditanyakan, meskipun tidak ditanyakan secara berurutan. Pokok-pokok wawancara hanyalah berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tercakup. Pelaksanaan wawancara dan urutan pertanyaan disesuaikan dengan keadaan informan.

Dalam penelitian ini, peneliti mewawancarai *Public Relation* LINE Indonesia yang mewakili perusahaan, peneliti memilih *Public Relation* LINE Indonesia karena *Public Relation* dan tim *Marketing Communication* yang membaca peluang besar untuk melaksanakan strategi *marketing communication* yang berdampak luas, serta dalam perusahaan LINE Indonesia, *Public Relation* yang akan menjadi juru bicara ketika berhubungan dengan pihak di luar perusahaan. *Brand* menemukan fakta bahwa *meme* internet yang muncul dapat dimanfaatkan dan diintegrasikan dengan strategi *marketing communication* lainnya untuk menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. *Public Relation* dinilai sebagai individu yang mengetahui seluk beluk tentang pemanfaatan dan perencanaan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* yang diintegrasikan dengan strategi *marketing communication* untuk menciptakan *brand awareness* dari fitur *instant messaging* LINE Find Alumni.

Peneliti juga mewawancarai informan lainnya yaitu seorang akademisi dan juga praktisi dalam bidang *online marketing communication*. Peneliti akan mencari tahu apakah *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dan bagaimana proses dari *meme* internet sebagai teknik *online advertising* itu sendiri, cara kerjanya, sampai bagaimana itu dapat menciptakan *brand awareness* dengan biaya yang murah. Hal ini akan peneliti cari tahu dengan bertanya langsung pada akademisi yang juga praktisi.

Dalam studi kualitatif, peneliti perlu merencanakan teknik sehubungan dengan lamanya waktu wawancara yang tersedia. Waktu yang singkat dapat membatasi peneliti dalam mengajukan pertanyaan mendalam, membatasi peneliti

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Ⓒ Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

dalam mengajukan pertanyaan mendalam, membatasi peneliti untuk bertukar pikiran agar lebih memancing informasi lainnya. Oleh karena itu, jika dipandang perlu wawancara ditunda untuk waktu yang akan datang, sehingga peneliti mendapatkan seluruh informasi yang diperlukan. Wawancara akan dilakukan dengan cara santai dan diupayakan dalam suasana nyaman sehingga terbina hubungan baik diantara peneliti dan informan. Selama wawancara, pencatatan data perlu dilakukan. Peneliti menggunakan handphone sebagai alat perekam, kamera sebagai dokumentasi visual, serta mencatat langsung yang disampaikan informan. Namun, taktik-teknik tersebut sebaiknya dilakukan dengan memperoleh persetujuan terlebih dahulu dari informan. Hasil percakapan dalam wawancara tersebut akan dibuat transkripnya sebagai data tertulis untuk membantu peneliti dalam memaparkan permasalahannya.

Pengunaan wawancara mendalam dalam penelitian ini lebih dimaksudkan agar pewawancara fokus dengan pertanyaan yang diajukan kepada informan, namun tetap terbuka dengan fakta-fakta baru yang didapatkan melalui jawaban informan. Sehingga data yang didapatkan lebih spesifik dan menjadikan data yang dihasilkan merupakan data yang dibutuhkan dalam penelitian. Wawancara mendalam dalam penelitian ini dilakukan dengan membuat daftar pertanyaan yang dibuat sebelumnya, namun jawaban tidak terbatas pada ya dan tidak atau setuju dan tidak setuju namun diberikan ruang terhadap alasan yang dikemukakan sehingga hasil wawancara menjadi lebih kompleks dengan munculnya berbagai pertanyaan baru yang spesifik namun tetap terarah.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



2. Focus Group Discussion (FGD)

Menurut Sugiyono (2014:120-121) *focus group* atau *group interviewing* bisa disebut sebagai metode riset ataupun metode pengumpulan data. Jadi FGD adalah metode pengumpulan data atau riset untuk memahami sikap dan perilaku khalayak. Biasanya terdiri dari 6-12 orang yang secara bersamaan dikumpulkan, diwawancarai dengan dipandu oleh moderator. Moderator memimpin peserta diskusi tentang topic yang dipersiapkan melalui diskusi yang tidak terstruktur. Moderator dapat dirangkap oleh peneliti atau diperankan orang lain.

Ketika melaksanakan *focus group discussion* beberapa hal yang perlu diketahui peneliti adalah:

- a. Tidak ada jawaban benar atau salah dari peserta diskusi. Setiap orang peserta FGD harus merasa bebas untuk menjawab, berkomentar atau berpendapat (positif atau negatif) asal sesuai dengan permasalahan diskusi;
- b. Segala interaksi dan perbincangan harus terekam dengan baik;
- c. Diskusi harus berjalan dalam suasana informal, tidak ada peserta yang menolak menjawab, peserta dapat memberikan komentar meskipun dia tidak ditanya sehingga terjadi tukar pendapat secara terus-menerus;
- d. Moderator harus mampu membangkitkan suasana diskusi agar tidak ada yang mendominasi pembicaraan dan tidak ada yang jarang berkomentar (diam saja).

Dalam FGD ini, peserta diskusinya adalah para praktisi di bidang *online advertising*. Namun, peserta diskusi menolak namanya dimasukkan dalam penelitian ini. Namun, pada dasarnya mereka menyetujui jawaban dari hasil wawancara mendalam dengan informan penelitian, yaitu Putra Adi Setiyawan. Peserta FGD menilai bahwa mereka belum memiliki kapasitas ilmu pengetahuan yang mencukupi untuk dimasukkan namanya dalam penelitian, karena mayoritas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



belum bergelar S1. Sehingga mereka takut, jika jawaban mereka tidak sejalan dengan ilmu yang diterapkan dalam perkuliahan.

3. Survei Dengan Menggunakan Kuesioner

Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden. Kuesioner sering disebut juga angket (Kriyantono, 2012:97). Angket atau kuesioner dapat disebut sebagai wawancara tertulis, karena isi kuesioner merupakan satu rangkaian pertanyaan tertulis yang ditujukan kepada responden dan diisi sendiri oleh responden.

Menurut Sugiyono (2014:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Tujuan penyebarannya angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

Sebelum penulis menyebarkan kuesioner, penulis menyebarkan prakuesioner kepada 30 responden untuk diuji validitas dan realibilitasnya sebagai langkah awal penelitian. Tujuan penulis melakukan uji validitas dan realibilitas adalah untuk mengetahui valid atau realibelnya daftar pertanyaan kuesioner yang telah dibuat.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



4. Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2014:123) kepustakaan adalah mengumpulkan data dengan membaca buku-buku, literatur-literatur, catatan dan laporan yang relevan dengan penelitian untuk membantu di dalam menyelesaikan dan juga melengkapi data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas oleh peneliti. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan buku-buku, *e-book*, jurnal elektronik dan media lainnya untuk melengkapi data yang akan peneliti jabarkan dalam penelitian ini.

Penulis menggunakan berbagai buku-buku yang relevan dengan topic penelitian untuk mendukung hasil analisis data lapangan yang telah diperoleh. Hal ini dilakukan agar penelitian ini memiliki landasan yang dapat dipercaya.

5. Observasi Partisipatif Pasif

Jadi dalam hal ini peneliti datang ke tempat kegiatan orang yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat dalam kegiatan tersebut (Sugiyono 2014:66). Dalam penelitian ini peneliti akan mengamati dari proses dan pelaksanaan strategi *marketing communication*. Peneliti akan melihat bagaimana perusahaan menintegrasikan strategi *marketing communication* dalam menciptakan *brand awareness*.

Peneliti tidak terlibat langsung dalam penentuan strategi yang terjadi di perusahaan, hanya mengamati fenomena yang terjadi di lapangan yang kemudian mencatat segala fenomena yang terjadi di lapangan. Artinya peneliti tidak turut campur dalam segala hal yang terjadi di perusahaan dalam penciptaan *marketing communication*. Metode ini di pilih oleh peneliti dikarenakan, peneliti berharap bahwa hasil dari penelitian ini, merupakan cermin dari strategi yang dijalankan oleh

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

Keterangan:

n : Ukuran Sampel

N : Ukuran Populasi

e : Kelonggaran Ketidakteelitian karena Kesalahan Pengambilan Sampel yang dapat ditolerir (2%, 3%, 4%, 5%, 10%)

Cara penghitungan yang dapat dihasilkan, adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{276}{1 + 276(5\%)^2} = \frac{276}{1,69} = 163,31$$

Jumlah responden didapatkan melalui perhitungan dengan rumus Slovin tersebut adalah sebanyak 163,31 responden, kemudian penulis lakukan pembulatan menjadi 163 orang responden dengan toleransi kesalahan sebesar 5%. Kriteria yang dipakai untuk menentukan siapa yang dapat dijadikan sampel dalam populasi yang ada adalah siswa Carrot Academy yang sudah menonton mini drama Ada Apa Dengan Cinta yang dibuat oleh LINE Indonesia, melihat *meme* internet Ada Apa Dengan Cinta, aktif di *social media* dan pengguna fitur *instant messaging* LINE Find Alumni. Kriteria tersebut disusun untuk mengetahui apakah terjadi peningkatan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni.

H. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah pencarian bentuk/pola data. Secara polanya diidentifikasi, selanjutnya diinterpretasi dalam istilah teori teknik mengolah dan menganalisa data kualitatif dan kuantitatif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode *mix methods* yaitu menggabungkan metode analisa kualitatif dan kuantitatif. Adapun masing-masing teknis analisis data dijabarkan sebagai berikut:



1. Analisis Data Kualitatif

Analisa kualitatif ini digunakan untuk menjawab identifikasi permasalahan yang ada dalam penelitian ini yaitu: “Apakah *meme* internet dapat dikategorikan sebagai teknik *online advertising*?” serta “Bagaimana proses penggunaan *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dalam menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni?” Menurut Sugiyono (2014:361) dalam proses analisis data kualitatif, dilakukan validitas dan reliabilitas.

Dalam penelitian kualitatif, temuan atau data dapat dinyatakan valid apabila tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada objek yang diteliti. Diketahui bahwa kebenaran realitas data tidak bersifat tunggal, tetapi jamak dan tergantung pada konstruksi manusia, dibentuk dari dalam diri seseorang sebagai hasil proses mental tiap individu dengan berbagai latar belakangnya.

Pengertian reliabilitas dalam penelitian kuantitatif sangat berbeda dengan reliabilitas dalam penelitian kualitatif. Hal ini terjadi karena terdapat perbedaan paradigma dalam melihat realitas. Menurut penelitian kualitatif, realitas itu bersifat majemuk/ganda, dinamis/selalu berubah, sehingga tidak ada yang konsisten dan berulang seperti semula. Dengan demikian tidak ada suatu data yang tetap/konsisten/stabil.

Adapun metode yang digunakan menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:91) terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi bersamaan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

a. Proses reduksi data

Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



catatan-catatan di lapangan. Pada proses reduksi data peneliti akan mengumpulkan berbagai data yang diperoleh dari LINE Indonesia dan internet lalu mengelompokkannya sesuai dengan topik yang peneliti angkat sebagai rumusan masalah.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan dengan melihat penyajian-penyajian kita akan dapat memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan. Dari data-data yang telah peneliti kumpulkan maka akan disajikan dalam bentuk teks dan gambar yang tersistematis dan dijabarkan secara naratif.

c. Menarik kesimpulan

Memulai dengan mencari arti benda, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang memungkinkan, alur sebab akibat dan proposisi. Penarikan kesimpulan yang peneliti lakukan merupakan inti dari penelitian ini yang tentunya dapat menjawab berbagai rumusan masalah yang terpapar dalam penelitian ini.

2. Analisis Data Kuantitatif

Analisa kuantitaif ini digunakan untuk menjawab identifikasi permasalahan

“Apakah *meme* internet sebagai teknik *online advertising* dapat menciptakan *brand awareness* fitur *instant messaging* LINE Find Alumni?”. Analisis kuantitatif dalam penelitian ini menggunakan software SPSS versi 21. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



a. Validitas

Menurut Sugiyono (2014:77) menyatakan bahwa validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukur (tes) dalam melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur secara tepat atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Artinya hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat fakta atau keadaan sesungguhnya dari apa yang diukur. Data dikatakan valid atau tidak menurut Sugiyono (2014:77) koefisien korelasi antara skor hasil ukur tes yang dikembangkan dengan skor hasil ukur tes baku lebih besar daripada r_{tabel} maka tes yang dikembangkan adalah valid berdasarkan kriteria eksternal yang dipilih (hasil ukur instrumen baku).

c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

b. Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat ukur ketetapan. Menurut Sugiyono (2014:75) penerjemahan reliabilitas pada suatu data adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Interprestasi Reliabilitas

Koefisien Korelasi	Kriteria Reliabilitas
$0,81 < r \leq 1,00$	Sangat tinggi
$0,61 < r \leq 0,80$	Tinggi
$0,41 < r \leq 0,60$	Cukup
$0,21 < r \leq 0,40$	Rendah
$0,00 < r \leq 0,20$	Sangat rendah

Sumber: Sugiyono (2014:75)



Berdasarkan tabel 3.2 tersebut, agar data dikatakan reliabel, maka dalam penelitian ini, penulis mengambil koefisien korelasi $> 0,60$ (Cukup). Apabila data $< 0,60$ maka data dikatakan tidak reliabel.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

c. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak. Uji normalitas diperlukan karena untuk melakukan pengujian-pengujian variabel lainnya dengan mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid dan statistik parametrik tidak dapat digunakan (Sugiyono, 2014:80). Adapun tolak ukur dalam pengambilan keputusan *output test of normality*, ada pedoman pengambilan keputusan: angka signifikansi (Sig) $> \alpha = 0,05$ maka data berdistribusi normal angka signifikansi (Sig) $< \alpha = 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

d. Regresi Linier Sederhana

Regresi linier sederhana memiliki persamaan menurut Sugiyono (2007:261) memiliki persamaan $Y' = a + bX$. Adapun fungsinya untuk memprediksi variabel dependen ($Y = \text{meme internet}$) terhadap variabel independen ($X = \text{brand awareness}$)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.