**BAB III**

**METODE DAN OBJEK PENELITIAN**

**3.1 Metode Penelitian**

**3.1.1 Metode Penelitian**

Metode adalah proses, prinsip dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban.

Metode kualitatif menurut **Deddy Mulyana** dalam bukunya yang berjudul **Metode Penelitian Kualitatif** adalah :

**Kualitatif berasal dari kata kualitas, yaitu mutu, sifat atau ciri-ciri. Metode penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti berdasarkan logika matematika, tetapi pembicaraan yang sebenarnya, isyarat dan tindakan sosial lainnya adalah bahan untuk analisis kualitatif. (2002:150).**

Metode kualitatif adalah dimana peneliti menjadi intrumen kunci. Apalagi bila teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi berpartisipasi, peneliti terlibat sepenuhnya dalam kegiatan informan kunci yang menjadi subjek penelitian dan sumber informasi penelitian.

Penelitian kualitatif memiliki karakteristik: (a) ilmu – ilmu lunak; (b) fokus penelitian: makna dan temuan; (c) holistik dan menyeluruh; (d) subjektif dan perspektif emik; (e) penalaran: dialiktik-induktif; (f) basis pengetahuan: makna dan temuan; (f) basis pengetahuan: makna dan temuan; (g) mengembangkan/ membangun teori; (h) sumbangsih tafsiran; (i) komunikasi dan observasi; (j) elemen dasar analisis: kata – kata; (k) interpretasi individu; (l) keunikan.

**3.1.2 Jenis Penelitian**

Metode penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Penelitian deskriptif ini bertujuan untuk memberikan gambaran secara tepat mengenai keadaan atau perkembangan suatu objek penelitian yang sedang berlangsung. **Jalaludin Rakhmat** menjelaskan bahwa **“Penelitian deskriptif hanyalah memaparkan situasi atau peristiwa. Peneliti tidak mencari atau menjelaskan hubungan tidak menuju hipotesis atau membuat prediksi”. (2007:24)**

Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan uji hipotesa.

Karakteristik data dapat diperoleh dengan ukuran – ukuran kecenderungan pusat atau ukuran lembaran, tujuan dari peneliti deskriptif ini adalah untuk mengidntifikasi masalah, membuat perbandingan dengan orang lain dalam menghadapi suatu masalah.

Pengumpulan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, mengidentifikasi masalah yang sedang berlangsung, akibat yang sedang terjadi atau mengenai fenomena yang sedang berkembang. Dalam penelitian ini dilakukan dengan cara menganalisis dan menginterpretasikan data yang terkumpul.

* + 1. **Populasi dan Sampel**

Salah satu yang menarik di dalam melakukan penelitian adalah kenyataan kita dapat menduga – duga sifat – sifat suatu kumpulan objek penelitian hanya dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari sekumpulan itu. Sifat – sifat kumpulan objek penelitian dapat dilakukan dengan mempelajari dan mengamati sebagian dari kumpulan objek penelitian yang dapat berupa orang, kelompok maupun organisasi. Dalam penelitian, objek penelitian disebut dengan satuan analisis atau unsur – unsur populasi.

Populasi menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Metode Penelitian Komunikasi** adalah: **“Kumpulan objek penelitian, objek ini dapat berupa orang, organisasi, kelompok, buku, kata – kata, surat kabar dan lain – lain” (2002:78)**

Populasi menurut **Sugiyono** yang dikutip oleh **Ruslan** dalam bukunya **“Metode Penelitian *Public Relations* dan Komunikasi”** adalah:

**Wilayah generalisasi yang terdiri dari; objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditariksuatu kesimpulannya. (2006:133).**

Sampel menurut **Rakhmat** dalam bukunya **Metode Penelitian Komunikasi** adalah:

**Sampel dimaksudkan untuk menggambarkan karakteristik dari suatu populasi, maka teknik sampling (penarikan sampel) memutuhkan perhatian yang seksama agar didapat hasil yang refresentatif. Sampel yang refresentatif harus mencerminkan semua unsur dalam populasi secara proporsional dari populasi. (2002: 80)**

Sampel merupakan bagian dari populasi yang ingin diteliti. Sampel dianggap sebagai perwakilan dari populasi yang hasilnya mewakili keseluruhan gejala yang diamati. Menentukan besar kecilnya sampel menurut **Gay dan Diehl** yang dikutip oleh **Ruslan** dalam bukunya **Metode Penelitian *Public Relations*** **dan Komunikasi**, yaitu:

**Semakin besar sampelnya maka kecenderungan lebih representatif dan hasilnya lebih di generalisasir, maka penelitiannya, yaitu secara minimum tolak ukurnya:**

1. **Penelitian deskriptif, yaitu sekurang – kurangnya 100 sampel atau 10% dari populasi**
2. **Penelitian korelasi, sekitar 30 objek perkelompok**
3. **Penelitian kausal perbandingan, sekitar 30 subjek perkelompok**
4. **Penelitian eksperimental, yaitu minimum sekitar 15 subjek perkelompok. (2004:147)**

Teknik sampling menurut **Rakmat** dalam bukunya **Metode Penelitian Komunikasi** merupakan **“Metode pengambilan sampel dan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam suatu penelitian, terdapat beberapa teknik sampling, yaitu *probability sampling* dan *non-probability* sampling.” (2002:78)**

Penelitian ini menggunakan tipe *non-probability sampling, non-probability sampling* adalah teknik sampling yang memberi peluang atau kesempatan tidak sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pemilihan elemen – elemen seperti didasarkan pada kebijaksanaan peneliti sendiri. Pada prosedur ini masing – masing elemen tidak diketahui apakah berkesempatan menjadi elemen – elemen sampel atau tidak. Penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling*. Menurut **Sugiyono** dalam bukunya **Statistika Untuk Penelitian** menyatakan:

**Accidental sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (2001: 60)**

Sampel yang peneliti ambil untuk diteliti yaitu sebanyak 100 responden konsumen Erha Clinic yang pernah melihat iklan *billboard* Erha Clinic.

**3.1 Tabel Operasional Variabel**

**3.1.4 Tabel Operasional variable**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Variabel** | **Sub Variabel** | **Indikaor** | **Alat Ukur** |
| **Strategi Komunikasi Visual** | 1. Perencanaan | * 5w1h | * Keefektifan billboard * Tempat pemasangan *billboard* * Lamanya tampilan *billboard* |
| 1. Desain | * Gambar * Model | * Tata gambar yang menarik * Penampilan dan model yang menarik |
| 1. Informasi/ Pesan | * Isi pesan * Struktur pesan * Format pesan | * Informasi jelas dan tidak membingungkan * Pesan yang disampaikan mudah dimengerti * Struktur pesan menarik * Format pesan jelas |
| **Minat** | 1. Perhatian | * Memusatkan pemahaman * Bertambahnya pengetahuan pada produk dan jasa | * Pesan dalam billboard menarik minat * Mengetahui lebih jelas tentang layanan dan produk |
| 1. Keinginan | * Perasaan suka dan tidak suka terhadap produk dan jasa * Ketertarikan terhadap produk atau jasa | * Tertarik menggunakan produk * Suka terhadap produk |
| 1. Kesan Bermanfaat | * Terhadap kesan perihal produk atau jasa * Ketersediaan menggunalan produk dan jasa | * Bersedia menggunakan layanan dan produk * Mendukung kegiatan Erha Clinic |

* + 1. **Teknik Pengumpulan data**

Untuk mengumpulkan data penelitian, peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian ini, sebagai berikut :

1. **Studi kepustakaan (*Library research*) dan Dokumentasi**
2. Studi kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian dan pencarian bahan melalui media online dengan cara *browsing* di Internet, e-book maupun berita untuk mendapatkan artikel-artikel yang memungkinkan peneliti untuk menelusuri literatur yang berhubungan dengan pembentukan *image.*

1. **Studi lapangan (*Field Research*),**
2. Observasi Non Partisipan

Observasi berperan serta adalah strategi lapangan yang secara simultan memadukan analisis dokumen, wawancara dengan responden dan informan, partisi dan observasi langsung dan introspeksi. Observasi non partisipam adalah observasi yang dalam pelaksanaannya tidak melibatkan peneliti sebagai partisipasi atau kelompok yang diteliti.

1. Wawancara

Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*Dept Interview)*. Wawancara mendalam juga disebut wawancara tidak berstruktur, wawancara intensif, wawancara kualitatif dan wawancara terbuka. Metode ini bertujuan memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden.

1. Angket

Angket adalah suatu alat pengumpulan data yang berupa serangkaian pertanya yang diajukan pada responden untuk mendapat jawaban. Dalam penelitian ini peneliti juga menggunakan angket untuk menetahui jawaban dari permasalahan yang diajukan. (n = 100).

* + 1. **Teknik Analisis Data**
       1. **Pemberian Kode**

Mengkode data dimana jawaban dari responden diberi kode dan dipindahkan kedalam lembar *coding sheet* dengan menggunakan buku kode pedoman. Pengkodean ini untuk memudahkan serta meningkatkan efisiensi data *entry processing* ke sistem program komputer.

* + - 1. **Tabulasi**

Tabulasi merupakan proses penyusunan data ke dalam bentuk tabel – tabel, tabel – tabel tersebut disesuaikan dengan analisis yang dibutuhkan. Tabel ini mengguakan tabel frekuensi yang disusun tiap variable penelitian dan merupakan bahan dasar analisis selanjutnya dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

P = Fi/N x 100%

Keterangan:

P : Presentasi

Fi : Frekuensi

N : Jumlah sampel

* + - 1. **Pemprosesan Data**

Tahapan berikut yang dilakukan yaitu mengumpulkan dan memproses data yang diperoleh dari hasil penelitian melalui angket pada lembar kode. Data yang didapatkan dikumpulkan yang kemudian dianalisis dan dievaluasi dengan teknik analisis data.

Adapun kriteria penilaian ditaksir sebagai berikut:

1. Pengolahan data dilakukan dengan mengisi jumlah frekuensi dan jumlah presentase
2. Membuat kolom tabulasi
3. Membuat kriteria penilaian sebagai berikut:

1. 50% - 100% : baik/ meningkat

2. 30% - 49% : kurang/ meningkat

3. <30% : tidak meningkat

Sumber : hasil modifikasi dari Akunto dalam bukunya Prosedur Penelitian (1997:243-244)

**3.1.7 Waktu dan Tempat Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di Erha Clinic Istana Plaza Mall, Ground Floor – A2, Jl. Pasirkaliki 121-123, Bandung

* 1. **OBJEK PENELITIAN**
     1. **Gambaran Umum Erha Clinic**

Erha Clinic merupakan salah satu anak perusahaan dari PT. Arya Medic. Pada 28 September 1999, merupakan momentum bisnis perdana buat Erha Clinic dengan diresmikannya Erha21 Skin Care Center. Untuk mendekatkan diri dengan pelanggan, saat ini, Erha Clinic Group terdiri dari Erha Clinic Pusat Nasional, Erha Clinic Pusat Regional, Erha Clinic Cabang dan EC *for skin* yang tersebar di kota – kota besar di Indonesia. Dua diantaranya termasuk dalam Erha Clinic Pusat Nasional sebagai klinik rujukan nasional bagi cabang – cabang Erha Clinic, yaitu Erha Clinic Kelapa Gading (Klinik Spesialis Kulit Terbesar di Asia) dan Erha Clinic Kemanggisan. Dan membuka cabang di Bandung yang terletak di Jl. Cimanuk No.16, Citarum, Bandung Wetan.

Erha Clinic selalu berkeinginan melayani para pasiennya dengan pelayanan terbaik, seperti menggunakan perangkat medis teknologi terkini, tim dokter spesialis kulit yang berpengalaman, produk obat yang aman dan berkualitas, dan fasilitas klinik yang nyaman. Produk dari erha Clinic merupakan formula para ahli dermatologi yang dihasilkan dari penelitian berbasis *pharmaceutical science & technology*. Layanan yang diberikan oleh Erha Clinic terdiri dari 2 yaitu layanan dermatologi dan layanan pribadi. Dimana layanan dermatologi terdiri dari *Skin Rejuvenation Center* (Pusat Peremajaan Kulit); *Acne, Hair, Body Treatment Center* (Pusat Perawaatan Jerawat, Rambut, dan Tubuh); *Pediatric Dermatology* (Kasus Kulit Anak); *Geriatric Dermatology* (Kasus Kulit Orang Tua); *Plastic Surgery* (Operasi Plastik) serta *General Dermatology* (Kasus Kulit Umum). Sedangkan untuk layanan pribadi merupakan rangkaian proses terpadu dengan konsep *personalized therapy*. Yang mana *personalized therapy* merupakan pendekatan dan pendampingan dari dokter spesialis kulit kepada pasien dengan keunikan dan kebutuhan kulit masing – masing. Layanan pribadi ini ditunjang dengan produk dan pelayanan dengan alat medis modern sehingga memberikan hasil yang optimal.

* + 1. **Visi dan Misi Erha Clinic**

Erha Clinic mempunyai visi yaitu *“Erha as the personal care brand of choice in Asia”. Adapun misi Erha Clinic adalah “To make Erha’s customer to look great & feel great, by delivering innovative & quality personal care products & services and world clas service experience”.*

* + 1. **Struktur Oganisasi**

Dalam suatu perusahaan, adanya organisasi diperlukan agar kegiatan – kegiatan perusahaan dapat dilaksanakan secara teratur. Struktur organisasi adalah merupakan perwujudan yang menunjukan hubungan diantara fungsi – fungsi dalam suatu organisasi yang menjalankan masing – masing tugasnya secara efektif dan efisien.

Tujuan organisasi akan menentukan struktur organisasi dengan cara menentukan tugas kerja, hubungan antara tugas satu dengan lainnya. Jadi jelasnya struktur organisasi menunjukan kerangka dan susunan perwujudan pola tetap hubungan – hubungan diantara fungsi bagian – bagian atau posisi – posisis, maupun orang – orang yang menunjukan kedudukan, tugas, wewenang, tanggung jawab yang berbeda – beda dalam organisasi.

Untuk menjalankan seluruh proses bisnis yang ada di Erha Clinic sangat dibutuhkan adanya pembagian wewenang. Setiap bagian mempunyai tugas yang harus dipertanggungjawabkan. Berikut rincian dari masing – masing devisi pada Erha Clinic:

1. *SENIOR DIRECTOR CHIEF BUSINESS OFFICER*

Tugas:

Merancang dan mengimplementasikan rencana strategis dan juga bertanggung jawab untuk keseluruhan aktivitas pengembangan bisnis Erha Clinic untuk mencapai misi dan misi sebagai klinik dermatologis yang terdepan di seluruh Indonesia.

Wewenang:

Menugaskan karyawannya untuk menjalankan rencana yang telah dibuat.

1. *MEDICAL OVERSIGHT COMMITTEE*

Tugas:

Mengambil keputusan tertinggi dalam hal dermatologis di Erha Clinic.

Wewenang:

Mengatur para staf dibawahnya.

1. *DEPUTY DIRECTOR CHIEF OF OPERATIONS*

Tugas:

Memastikan seluruh kegiatan operasional di Erha Clinic berjalan dengan lancar sesuai dengan prosedur yang seharusnya.

Wewenang:

Mengatur dan memerintah para staf bagian operasional

1. *EXECUTIVE ASSISTANT*

Mengatur rapat dan mengurus pekerjaan kantor Erha Clinic dalam sisi administrasi

1. *DIVISION OF MARKETING (SR HEAD OF MARKETING DIVISION)*

Tugas:

Membuat keseluruhan rencana strategi pemasaran dan memastikan seluruh kegiatan pemasaran berjalan dengan seharusnya.

Wewenang:

Mengatur staf dibawahnya untuk menjalankan strategi pemasaran dengan baik.

* *DEPARTEMENT OF PRODUCT MARKETING*

Mencapai keseluruhan pendapatan, taerget keuntungan, dan peningkatan keuntungan dari seluruh produk.

* *UNIT OF BRAND and LOYALTY MANAGEMENT (BRAND & LOYALTY MANAGEMENT MANAGER*)

Menyusun strategi dalam menjaga kesetian – kesetiaan pelanggan terhadap produk perusahaan dan mengembangan keunggulan kompetitif dari produk – produk tersebut.

1. *DIVISION OF OPERATIONS*

Tugas:

Membuat keseluruhan rencana strategis operasional dan memastikan seluruh kegiatan operasional perusahaan berjalan lancar sesuai dengan prosedur yang seharusnya.

Wewenang:

Mengatur seluruh staf operasional untuk menjalankan rencana strategis operasional

1. *UNIT OF PRODUCT OPERATIONS*

Mengatur proses pengadaan produk yang diinginkan hingga sampai di tangan pelanggan.

1. *TEAM OF WAREHOUSE (WH SUPERVISOR)*

* Meyakinkan bahwa barang yang diterima/ diretur telah dicatat dengan benar dan didukung oleh dokumen yang sah dan memadai.
* Mengarahkan bawahan agar penempatan/ penyimpanan barang sesuai dengan lokasi/ kondisi yang telah ditentukan.
* Mengawasi penerapan system FIFO di gudang.
* Mengkoordinir pengeluaran barang yang akan dikirim sesuai dengan dokumen yang sah dan memadai.
* Menjaga keamanan, kebersihan, dan kerapian gudang serta peralatan yang digunakan
* Mengkoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan kebijakan manajemen, system dan prosedur yang berhubungan dengan pekerjaan.
* Mengatur pembagian kerja dan tanggung jawab bawahan agar aktivitas pekerjaan dapat berjalan dengan lancar.
* Menyiapkan laporan – laporan yang diperlukan sesuai dengan system pelaporan manajemen.

1. *TEAM OF PRODUCTION (PRODUCTION SUPERVISOR)*

* Mengupayakan output produksi dan efisiensi mesin produksi pada kondisi optimum.
* Meminimalkan kehilangan waktu kerja dan kehilangan material yang diproduksi.
* Bertanggung jawab atas pemeliharaan mesin, alat, dan fasilitas produksi lainnya, termasuk aplikasi software produksi.
* Bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang berhubungan dengan produksi
* Bertanggung jawab atas ketersediaan barang – barang keperluan produksi
* Bertanggung jawab atas kebersihan dan kerapian ruang produksi.
* Memberikan saran – saran perbaikan mengenai prosedur produksi.

1. *TEAM OF DISTRIBUTION (DISTRIBUTION SUPERVISOR)*

Tugas:

Mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pengiriman barang kepada pelanggan.

Wewenang:

Menjadwalkan jadwal pengiriman barang dan memerintahkan pengirim barang untuk melakukan pengiriman.

1. *DEPATEMENT OF CLINIC OPS (HEAD OF CLINIC OPS DEPARTEMENT)*

* Mengidentifikasi, merancang, dan mengembangkan pelatihan pemograman untuk semua dokter dan karyawan paramedic lainnya.
* Mengawasi dan meninjau kembali perkembangan pelatihan.
* Merancang, menjalankan, mengawasi dan meninjau kembali program jaminan klinik untuk semua jaminan cabang klinik.

1. *UNIT OF BRANCH CLINIC PUSAT NASIONAL*

Mengkoordinasikan praktek dan prosedur operasional dari kantor pusat, menyediakan petunjuk dan perintah untuk pekerjaan masing – masing unit di pusat.

1. *BUSINESS ALLIANCE MANAGER*

Mengatur kerja sama dengan semua rekan bisnis dari Erha Clinic, secara terus menerus menjaga dan memperkuat kerja sama dengan rekan bisnis dan membangun hubungan baru dengan perusahaan lain.

1. *UNIT OF BRANCH CLINIC PUSAT REGIONAL*

Mengkoordinasikan praktek dan prosedur operasional dari kantor cabang, menyediakan petunjuk dan perintah untuk pekerjaan masing – masing unit di cabang.

1. *TEAM OF BRANCH ECFS*

Menjaga kelancaran kegiatan operasional pada klinik – klinik yang tergabung dalam ECFS.

1. *DEPARTEMENT OF QUALITY ASSURANCE-MEDICAL (HEAD OF QA-MED DEPARTEMENT)*

Tugas:

Menjaga dan memantau kualitas dari hal – hal yang berhubungan dengan medis seperti kualitas dokter.

Wewenang:

Memberhentikan dokter atau medis yang tidak sesuai dengan kualitas yang diinginkan.

1. *UNIT OF TRAINING (EI-m) (TRAINING MANAGER)*

Mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan training yang akan diberikan kepada para dokter dan para ahli medis.

1. *UNIT OF QUALITY CONTROL MANAGEMENT (QC M MANAGER)*

Memastikan bahwa dokter yang menangani pasien adalan dokter – dokter yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

1. *DEPT OF QUALITY ASSURANCE-NONMEDICAL (HEAD OF QA-NON MED DEPARTEMENT)*

Mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan pelayanan kepada pelanggan dalam hal penjualan obat.

1. *UNIT OF TRAINING (EI-M) (TRAINING MANAGER)*

Mengatur segala sesuatu yang berhubungan dengan training yang akan diberikan kepada para pegawai yang melayani penjualan obat.

1. *UNIT OF QUALITY CONTROL MANAGEMENT (QC MANAGER)*

Memastikan kualitas pelayanan yang diberikan oleh para pegawai kepada pelanggannya.

1. *EI-M TEAM OF TRAINER*

Memberikan training kepada dokter – dokter yang baru bergabung maupun yang sudah lama berpraktek di Erha Clinic Indonesia guna mengembangkan kemampuan ilmu dan keterampilan tindakan masing – masing dokter.

1. *Jr. EXECUTIVE ASSISTANT*

* Mengatur jadwal meeting kepala *QAM Departement.*
* Mengatur jadwal perjalanan dinas keluar maupun dalam kota kepala *QAM Departement* atau tim *QAM Departement*.
* Membuat laporan, internal memo dan surat keluar yang ditunjukan untuk dokter maupun kepentingan lintas departemen.
* Mendata seluruh laporan yang berhubungan dengan penggunaan anggaran departemen.
* Mendata seluruh laporan yang bersifat medis ( sesuai dengan keperluan).
  + 1. **Logo Erha Clinic**

**Gambar 3.3**



**2.3.5 Produk Erha Clinic**

**Gambar 3.4**



