

BAB II

TINJAUAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Pemilihan Tempat Penelitian dan Responden

Penelitian ini memilih Warnet Sainsnet sebagai tempat penelitian karena sesuai dengan topik penelitian. Warnet Sainsnet merupakan warnet yang memiliki *sound system* yang biasa digunakan untuk memutar lagu guna menemani pengunjung warnet yang sedang menggunakan jasa Warnet Sainsnet, *sound system* tersebut yang digunakan peneliti untuk memutar iklan *audio* saat kelompok eksperimen menggunakan jasa warnet. Warnet Sainsnet sebelum penelitian ini dilakukan belum pernah memutar iklan menggunakan *sound system* tersebut.

Pengunjung warnet yang dipilih sebagai sampel untuk penelitian ini adalah pengunjung warnet yang sudah pernah menggunakan jasa Warnet Sainsnet sebelumnya. Sampel akan dibagi menjadi dua kelompok yaitu kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Kelompok eksperimen akan dikenakan *treatment* berupa pemutaran iklan *audio* melalui *sound system* Warnet Sainsnet saat menggunakan jasa warnet, sedangkan kelompok kontrol tidak dikenakan *treatment*.

B. Gambaran Umum Warnet Sainsnet

Warnet Sainsnet terletak di Jalan Sukonandi no 17 dan berdiri sejak awal Desember 2008. Sainsnet memiliki 15 PC untuk pelanggan dan memperkerjakan enam orang Operator (OP).

Berikut jadwal shift jaga OP:

- I. pkl 06.00 – pkl 12.00
- II. pkl 12.01 – pkl 18.00
- III. pkl 18.01 – pkl 24.00
- IV. pkl 24.01 – pkl 06.00

C. Iklan Audio Djarum Coklat

Ada beberapa versi lagu iklan Djarum Coklat, ada yang dibawakan oleh band Padi dan band Gigi. Iklan Djarum Coklat yang diteliti pada penelitian ini bergenrekan Orchestra, dibawakan oleh kolaborasi band Nidji dan Erwin Gutawa Orchestra.

Berikut lirik iklan tersebut:

Djarum Coklat versi Orchestra

Nidji – Erwin Gutawa

Djarum..**Djarum coklat**.....

Djarum coklat, saat tepat, saat melepas gundah hati

Hanyut dibuai rasa mantap, senang mengenal hati puas

Djarum..**Djarum coklat**.....

Saat santai larut dalam malam permai

Saat suasana seimbang tepat, jadi nikmat **Djarum coklat**

Na na na.. na.. na..

Suasana seimbang tepat jadi nikmat **Djarum coklat**

Kepribadian Djarum Coklat menurut I. Sugian Sinanto, Manajer Merek Djarum Coklat, adalah akrab, tetap membumi atau bersahaja, kreatif dan tidak ketinggalan jaman. Djarum Coklat meremajakan usia target pasarnya menjadi anak muda perkotaan usia 20 tahun, dengan status social ekonomi A,B, dan C. (Palupi, 2006: 238)