

BAB II

DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN

Objek penelitian dapat disebut sebagai permasalahan yang diteliti oleh peneliti (Dartiningsih, 2016). Menurut I Made Wirartha (dalam Dartiningsih, 2016) objek penelitian dapat didefinisikan sebagai karakteristik yang memiliki unsur nilai, skor, maupun ukuran yang berbeda unit atau individu yang berbeda atau merupakan konsep yang diberi lebih dari satu nilai. Dalam penelitian ini, objek penelitian yang digunakan peneliti adalah masyarakat dengan karakteristik yang telah ditentukan, diantaranya memiliki Instagram, mengikuti akun Instagram @tostos.id. Oleh karena itu, peneliti menggunakan *followers* Instagram @tostos.id sebagai objek dalam penelitian ini.

Wilayah penelitian pada penelitian ini yaitu media sosial Instagram yang mencakup pada *followers* pada akun Instagram @tostos.id. Tercatat pada 2024, *followers* @tostos.id telah mencapai 69 ribu, sehingga peneliti menggunakan Google Form yang dikirimkan melalui *direct message* Instagram untuk memperoleh data untuk kebutuhan penelitian. Selain itu, peneliti juga melakukan pengamatan pada unggahan-unggahan @tostos.id, yang mana dari total 343 unggahan, baik postingan maupun *reels*, banyak diantaranya yang merupakan ajakan membeli, quiz, informasi terkait produk TosTos x NCT DREAM. Unggahan-unggahan tersebut banyak menggunakan

foto-foto NCT DREAM untuk menarik perhatian *viewers*, terutama *followers* akun Instagram @tostos.id.



Gambar 2. 1 Instagram TosTos (@tostos.id) pada Mei 2024.



Gambar 2. 2 Produk TosTos

TosTos merupakan salah satu produk keluaran Dua Kelinci. TosTos sendiri merupakan keripik jagung (*tortilla chips*) yang menggunakan jagung

asli berkualitas dan bermutu tinggi serta diproses dengan teknologi modern. TosTos memiliki beberapa varian rasa, diantaranya sapi panggang, jagung bakar, dan nacho cheese. Produk ini baru muncul pada September 2022, sehingga dapat dibilang bahwa cemilan ini terbilang baru (Zahro, 2023)



Gambar 2. 3 Kerjasama TosTos x NCT DREAM

Pada bulan Juni 2023 TosTos menggandeng NCT DREAM yang merupakan sebuah boygroup asal korea selatan yang beranggotakan 7 orang yang saat ini sedang naik daun dikalangan masyarakat, khususnya anak muda (Zakaria, 2023). Tidak hanya sebagai bintang iklan, NCT DREAM juga resmi menjadi *brand ambassador* produk TosTos tortilla chips. Kerjasama ini kemudian menuai banyak ketertarikan diantara masyarakat.



Gambar 2. 4 Photocards TosTos x NCT DREAM (<https://www.Instagram.com/volix.media>).

Iklan TosTos x NCT DREAM ini dirilis di beberapa saluran media, baik di media massa seperti TV dan juga di media digital seperti youtube, Instagram, dan tiktok. Pada Instagram sendiri berhasil menarik banyak perhatian dari masyarakat. Salah satunya besarnya jumlah tayangan kerjasama TosTos x NCT DREAM di Instagram yang mencapai 1 juta *viewers*.



Gambar 2.5 Media Sosial Instagram TosTos (<https://www.instagram.com/tostosid>).

Berdasarkan data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti untuk penelitian ini yaitu untuk mendapat solusi dari masalah penelitian. Dalam hal ini, data diolah menggunakan *Statistical Product and Service Solutions* (SPSS) yaitu dengan memberikan skor pada setiap jawaban dari kuesioner yang diterima, kemudian membuat distribusi responden, diikuti dengan uji validitas, reliabilitas, uji korelasi, dan uji regresi. Urutan ini digunakan untuk melihat hasil dari penelitian yang kemudian dapat dilihat lebih rinci pada Bab III Pembahasan.