

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif mengarahkan penulis berpikir induktif untuk menemukan jawaban logis terhadap apa yang sedang menjadi pusat perhatian dalam penelitian. Penelitian kualitatif tetap berangkat dari teori yang ada namun pada saat melakukan proses mengolah data, diharapkan peneliti dapat melepaskan teori tersebut karena yang ditemukan di lapangan belum tentu akan sama dengan teori yang telah ditetapkan. (Bungin, 2007, hlm. 6).

Pendekatan kualitatif digunakan peneliti untuk dapat menemukan data secara mendalam khususnya terkait dengan penerimaan pesan teks iklan yang dilakukan oleh targetnya yaitu anak-anak usia 9-11 tahun. Kedalaman data dan interpretasi makna lebih ditekankan pada penelitian ini karena sesuai dengan teori yang digunakan dan cocok untuk menggunakan penelitian kualitatif. Sebagaimana yang dijelaskan oleh Denzin & Lincoln, (2009, hlm. 2) bahwa penelitian kualitatif merupakan fokus perhatian dengan beragam metode yang mencakup pendekatan interpretif dan naturalistik terhadap subjek terhadap subjek kajiannya.

3.1.2 Metode Penelitian

Jenis metode penelitian yang digunakan penulis adalah deskriptif kualitatif. Metode ini memiliki kesamaan dengan deskriptif kuantitatif karena masih dipengaruhi tradisi tersebut, maka metode ini juga disebut dengan kuasi kualitatif. Peneliti akan memberikan penjabaran seara deskriptif saat mengolah data yang sudah ditemui dan menyajikannya

dalam bentuk analisis data. Temuan para subjek penelitian yaitu anak-anak merupakan data utama yang akan dijabarkan secara deskriptif karena

sesuai dengan karakteristik deskriptif kualitatif yang membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu, untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa memasukkan hubungan antarvariabel. (Kriyantono, 2006, hlm. 69). Peneliti akan memperdalam ketajaman kritis pada proses meneliti, karena pengumpulan data yang dilakukan akan berhubungan dengan beberapa orang anak dalam sebuah kelompok, agar peneliti dapat melancarkan proses peneliti, beberapa aspek perlu diperhatikan dalam menggunakan pendekatan kualitatif seperti keseluruhan perspektif penelitian yaitu dengan pendekatan kualitatif; pengetahuan dan pengalaman partisipan penelitian, yaitu mengetahui kondisi secara fisik dan mental anak-anak (bisa dilakukan saat observasi), membuat desain penelitian, ukuran dan kedalaman data, pendekatan analisis dan interpretasi, dan terakhir *output*. (Ritchie & Lewis, 2003, hlm. 3).

3.1.3 Strategi Penelitian

Strategi penelitian dalam bentuk studi kasus digunakan pada penelitian ini. Studi kasus merupakan kajian untuk mengevaluasi suatu fenomena secara mendalam baik itu dari program, kejadian, yang melibatkan orang banyak. Studi terkait media menjadi salah satu contoh yang baik dalam jenis penelitian kualitatif studi kasus. (Creswell, 2014, hlm. 13). Pada penelitian ini studi kasus yang dilihat adalah pembacaan teks iklan yang sudah menargetkan anak-anak usia sekolah dasar sebagai sasaran khalayak, tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap produk dan mendorong mereka untuk membelinya. Media massa yang mampu menarik perhatian orang banyak cocok untuk dijadikan studi kasus.

Kunci utama dalam memahami penelitian kualitatif studi kasus adalah melibatkan penelitian secara holistik dan intensif, menggunakan sumber yang terpercaya terhadap sebuah fenomena. Biasanya studi kasus berkaitan dengan lokasi, orang-orang yang terlibat di dalamnya

komunitas, atau organisasi. (Daymon & Holloway, 2011, hlm. 115). Pada penelitian ini peneliti mencari khalayak yang tergabung dalam satu institusi pendidikan dan tempat untuk melakukan penelitian pun adalah lokasi institusi pendidikan, yaitu di sekolah dasar yang akrab dengan para partisipan penelitian.

3.2 Partisipan dan Tempat Penelitian

Penelitian kali ini fokus pada tayangan iklan televisi untuk anak-anak. Maka subjek penelitian akan berkaitan dengan anak-anak usia sekolah dasar kelas 5. Pertimbangan pemilihan kelompok usia tersebut mengikuti sasaran iklan televisi My Noodlez yang menasar anak usia 8 hingga 11 tahun. Para partisipan akan dikumpulkan dalam satu ruangan kelas untuk mempermudah proses penelitian. Lokasi penelitian berada di lingkungan yang akrab dengan anak-anak yaitu di sekolah. Pelaksanaan DKT akan diselenggarakan di dua tempat dan di waktu yang berbeda yaitu di SD Negeri Padasuka Mandiri 3 Cimahi dan SD Laboratorium Percontohan UPI Bandung.

Anak-anak yang dipilih untuk mengikuti forum diskusi berjumlah 8 orang yang terbagi menjadi dua grup sesuai gender. Namun pada saat pelaksanaan di SD Negeri Padasuka Mandiri 3 Cimahi, jumlah peserta laki-laki lebih sedikit dibandingkan jumlah peserta perempuan sehingga secara keseluruhan, peserta DKT lebih banyak peserta perempuan, namun tidak terlalu mempengaruhi cara mereka memaknai teks, pada saat di lapangan baik laki-laki dan perempuan cara memaknai teks nya sama. Anak-anak tersebut akan dipilih dengan bantuan dari tiap wali kelas di sekolah

Kriteria khusus lain yang ditentukan penulis untuk mendapatkan 16 anak-anak tersebut dikonsultasikan dengan pembimbing dan pengajar di sekolah yang terpilih. Kriteria-kriteria khusus yang dibuat peneliti dapat dilihat dari; (1) Anak aktif saat di kelas; (2) Mampu diajak berdiskusi; (3) Melek iklan televisi; (4) Pernah melihat iklan My Noodlez (*opsional*); (5) Pernah mencoba My Noodlez (*opsional*)

3.3 Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian

3.3.1 DKT (Diskusi Kelompok Terpumpun)

Pada penelitian ini, penulis mengumpulkan data primer melalui kegiatan DKT (Diskusi Kelompok Termpumpun). DKT merupakan istilah bahasa indonesia dari pengumpulan data *focus group discussion* atau FGD. Selanjutnya, peneliti akan menggunakan istilah DKT (Diskusi Kelompok Terpumpun) dalam penelitian ini. DKT adalah sebuah cara mengumpulkan data melalui sekelompok orang untuk memahami suatu fenomena atau isu tertentu. DKT biasanya digunakan pada penelitian bidang pemasaran dan media. Penelitian ini tepat digunakan peneliti karena mengacu pada dua penelitian terdahulu yang dilakukan Ebre & Celik (2011), dan Lawlor & Prothero (2003) yang menggunakan DKT sebagai cara untuk mengumpulkan data utama. Selain itu, partisipan penelitian adalah sekumpulan anak-anak yang melek iklan televisi dan akrab dengan media massa sehingga DKT cocok untuk digunakan.

Kegiatan DKT dapat menghasilkan temuan berupa data dari hal-hal yang ambigu, tidak pasti yang didiskusikan langsung oleh peserta DKT. Selain itu, DKT dapat memberikan titik terang dan pemahaman yang normatif pada peserta dan memanfaatkannya untuk mencapai keputusan bersama. (Bloor, dkk, 2001, hlm. 4). Beberapa kunci untuk memahami kegiatan DKT diungkapkan oleh Daymon & Holloway (2011, hlm. 242) sebagai berikut: (1) DKT dapat mengungkapkan pendapat orang dari berbagai perspektif dan suara tentang topik yang sama; (2) DKT dapat membuat peserta aktif dan dinamis; (3) DKT memberikan kesempatan pada peserta untuk mengonstruksi pandangan mereka yang nantinya akan membentuk perubahan sikap; (4) DKT mendukung forum untuk mengeluarkan pendapat secara bebas; (5) DKT dapat membantu peneliti mengumpulkan data dengan cepat.

Pada saat pelaksanaan DKT, segala kegiatan, interaksi, dan pendapat-pendapat peserta harus direkam dengan baik untuk meningkatkan kualitas data yang diperoleh, selain itu suasana harus terus dibangkitkan agar peserta terpancing untuk memberikan pendapat mereka seutuhnya. Peneliti menggunakan alat bantu untuk merekam setiap jawaban dan hal-hal lain yang dianggap penting dan bisa terjadi secara spontan saat belangsungnya DKT, alat-alat bantu berupa perekam suara (*tape recorder*), perekam video (*video recorder*), dan kamera untuk dokumentasi tambahan. Catatan seperti buku dan ATK menjadi pegangan peneliti untuk mencatat secara cepat respon dari para peserta DKT.

Peneliti mengikuti tahapan pelaksanaan DKT dimulai dari mendefinisikan masalah telah dipaparkan pada bab sebelumnya (lihat. BAB I), menentukan sampel yaitu anak-anak, menyiapkan ruangan yaitu ruang kelas dan perpustakaan sekolah yang mudah dijangkau anak-anak sehingga transportasi tidak begitu jauh, kemudian pelaksanaan DKT dan menganalisis data. Tahapan-tahapan tersebut mengacu pada tahapan DKT yang dikemukakan Kriyantono (2006, hlm. 119).

3.3.2 Observasi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi tepat pada saat pelaksanaan DKT. Peneliti bertemu langsung dengan sekelompok anak-anak yang menjadi peserta DKT, karena isunya terkait iklan My Noodlez, maka peneliti akan membawakan tiga rasa dari produk mie instan tersebut dan melihat reaksi anak-anak ketika mencicipi mie instan, kemudian akan ditayangkan pula tentang iklan My Noodlez. Peneliti menggunakan cara ini hanya untuk melihat reaksi mereka saat melihat produk tersebut secara nyata dan akan membandingkannya sebelum mereka melihat iklan My Noodlez, dan setelah mencoba My Noodlez.

Observasi adalah kegiatan mendasar pada penelitian. Observasi dapat meningkatkan kepekaan peneliti terhadap lingkungan penelitiannya termasuk para partisipan penelitian. Peneliti harus menggali informasi

secara detil dan mendalam tentang perspektif partisipan terhadap sebuah fenomena kemudian akan disambungkan dengan perspektif peneliti sendiri. (Ritchie & Lewis, 2003, hlm. 21).

Data yang terkumpul dari observasi berupa deskripsi mendetail tentang aktifitas manusia, perilaku, aksi, dan proses interaksi seseorang yang dapat diamati sesuai dengan pengalamannya. Peneliti melakukan observasi pertamanya dengan mendekati diri secara personal pada partisipan penelitian yang disebut sebagai ‘observasi partisipatif’. (Patton, 2005, hlm. 1634).

3.3.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu cara pengumpulan data peneliti untuk menguatkan substansi penelitian tentang teks iklan televisi, dokumentasi ini akan menelaah siaran pers dan berita-berita dari media massa yang memberitakan perusahaan dan iklan yang akan diteliti. Berita-berita tersebut adalah peluncuran produk baru My Noodlez dari Indofood dan tayangan iklannya pun sudah dipublikasikan di saluran televisi nasional. Berita-berita tersebut tersimpan dan bisa disebut sebagai dokumen, sebagaimana yang dijelaskan Sugiyono (2015, hlm. 240). Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Siaran pers dan berita-berita tersebut akan diolah kembali pada BAB IV bagian temuan. Dokumentasi tersebut memiliki keaslian yang bersumber langsung dari *website* perusahaan dan portal berita dari media yang memberitakan, seperti syarat penting menggunakan dokumentasi yang dijelaskan oleh Flick (2009, hlm. 257), poin yang harus diperhatikan dalam memilih dokumen untuk mengumpulkan data: (1) Autentik: dokumen tersebut harus asli dan tidak diragukan sumbernya; (2) Kredibel: dokumen yang dipilih lolos dari kesalahan dan *error*; (3) Representatif: dokumen yang dipilih harus sesuai dengan kajian dalam

penelitian, dan dapat mewakili data-data yang diperlukan; (4) Bermakna: Dokumen harus jelas, komprehensif, dan dapat dipahami. Peneliti menjamin syarat-syarat tersebut pada dokumentasi yang ditemukan karena sumber berita tersebut berasal dari media massa yang resmi.

3.3.4 Lembar Wawancara

Lembar wawancara dibuat untuk memberikan arahan dan batasan saat proses diskusi (DKT) berlangsung, sehingga hasil yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan. Lembar wawancara ini berisi sejumlah pertanyaan yang berkaitan tentang penelitian dan digunakan untuk memperoleh data yang objektif mengenai bagaimana anak-anak kelas 5 SD menerima pesan dari iklan Televisi My Noodlez baik siswa SD Negeri Padasuka Mandiri 3 Cimahi mau pun SD Laboratorium Percontohan UPI.

3.3.5 Lembar Observasi

Lembar observasi dipergunakan untuk mencatat hal-hal penting yang akan membantu penulis dalam mengingat permasalahan dan peristiwa-peristiwa yang terjadi saat pengamatan berlangsung. Lembar observasi digunakan pula sebagai pengecekan data (Triangulasi Data). Lembar observasi dipergunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan tentang penerimaan pesan anak-anak pada iklan Televisi My Noodlez. Lembar observasi digunakan pada saat peneliti mengamati reaksi anak-anak saat mencoba tiap rasa dari My Noodlez dan menyaksikan iklan televisi My Noodlez.

3.3.6 Catatan Peserta DKT

Catatan peserta DKT dibuat untuk membantu peneliti dalam memberikan kode-kode atau catatan penting ketika diskusi berlangsung. Peneliti membuat dua lembar catatan untuk peserta DKT saat mengumpulkan data. Lembar pertama adalah catatan profil untuk mengetahui identitas tiap anak, lembar kedua adalah catatan untuk

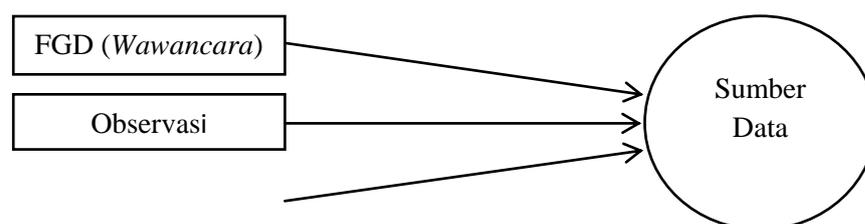
masing-masing anak saat mereka menjawab tiap pertanyaan yang diberikan saat diskusi berlangsung. Lembar tersebut akan memudahkan peneliti untuk mengelompokkan tiap jawaban anak-anak dengan kode tertentu agar lebih mudah diolah dan mampu dipertanggungjawabkan dengan baik.

3.3.7 Teknik Triangulasi Data

Teknik triangulasi yang dilakukan peneliti mengikuti cara-cara yang dijelaskan oleh Flick (2009, hlm. 405): Pertama memasukkan data-data dengan cara pengumpulan yang berbeda, pada penelitian ini, peneliti memasukkan data-data dari hasil olah dokumentasi dan observasi saat pelaksanaan DKT, dan kedua, menggabungkan dua atau lebih peneliti dalam sebuah penelitian dengan perbedaan pandangan teoritis dan metode penelitian. Peneliti tidak hanya mengolah data berdasarkan perspektif teoritis dari satu sumber. Selain dari buku, peneliti mengambil pula perspektif teoritis dari ahli yang sebelumnya telah melakukan penelitian yang mirip (Lihat BAB II, Penelitian Terdahulu).

Ketiga temuan tersebut digabungkan dan menjadi sumber data yang utuh untuk dibahas dan ditarik simpulan. Secara teknis, peneliti akan menggabungkan hasil DKT tentang pembacaan teks iklan televisi My Noodlez dari dua sekolah yang berbeda, kemudian membandingkan hasil observasinya, dan menelaah kembali hasil dokumentasi untuk dapat digabungkan dan melihat perspektif teoritis para ahli dan ahli-ahli lain yang sudah melakukan penelitian yang serupa. Sumber data yang akan ditampilkan akan menjawab dari pertanyaan penelitian yang bersumber dari rumusan masalah. Sumber data akan menghasilkan pula simpulan dan temuan-temuan nyata dari respon para subjek penelitian.

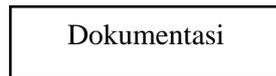
Berikut penggambaran triangulasi data yang akan dipakai penulis:



Saffina Azzahra Firdaus, 2016

ANALISIS PENERIMAAN PESAN IKLAN TELEVISI MY NOODLEZ PADA ANAK-ANAK SEBAGAI KHALAYAK AKTIF

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu



Gambar 3.1 Modifikasi model Triangulasi Data. Sumber: Sugiyono, 2015, hlm. 242.

3.4 Analisis Data

3.4.1 Reduksi Data

Pada penelitian ini, penulis menggunakan reduksi data untuk memudahkan proses analisis dengan menggunakan analisis deskriptif kualitatif untuk menemukan definisi dari subjek dan membuat kategorisasi dan didefinisikan secara general. Selain itu peneliti menggunakan analisis penerimaan pesan sesuai dengan acuan teori yaitu teori penerimaan pesan (*reception theory*) untuk melihat bagaimana subjek penelitian memproses dan menerima pesan iklan dari potongan-potongan iklan serta akan terlihat pula karakteristik dari posisi subjek penelitian membaca teks media dan interpretasi mereka terhadap teks tersebut.

Analisis data penelitian kualitatif yang dilakukan peneliti dimulai dari analisis berbagai data yang berhasil dikumpulkan periset di lapangan. Data terkumpul baik dan diklasifikasikan ke dalam kategori-kategori tertentu. Pengklasifikasian harus mempertimbangkan kesahihan dengan memperhatikan kompetensi subjek penelitian, tingkat autentitasnya dan melakukan triangulasi berbagai sumber data. (Kriyantono, 2006, hlm. 194-195).

Data yang telah diperoleh di lapangan akan melalui proses reduksi data. Mereduksi artinya meringkas, memilah hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Reduksi data merupakan proses berpikir yang memerlukan kecerdasan dan keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi.

Dalam reduksi data, terdapat beberapa tahap. Pertama, langkah-langkah menyunting, mengelompokkan, dan meringkas data. Kedua menyusun kode dan catatan mengenai berbagai hal termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses sehingga peneliti dapat menemukan tema-tema, kelompok-kelompok, dan pola data. (Rachman, 2012, hlm. 39). Setelah mereduksi, peneliti akan menyajikan data dan menarik simpulan. Semua proses tersebut juga melihat dari sisi keabsahan data. Poin-poin tersebut akan dijelaskan pada poin di bawah.

3.4.2 Penyajian Data

Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Penyajian data penelitian kualitatif berupa uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori dan sejenisnya. Tetapi sajian data yang paling sering digunakan adalah teks yang bersifat naratif.

Menyajikan data yang sudah direduksi akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi setelah di lapangan, dan akan memudahkan peneliti untuk merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut. (Kriyantono, 2006, hlm. 249).

Penyajian data juga harus memperhatikan kategorisasi yang telah dibuat, kalau perlu diperiksa kembali untuk mencegah adanya kekeliruan kategorisasi dari pernyataan subjek penelitian.

3.4.3 Penarikan Simpulan

Penarikan simpulan dan verifikasi menjadi tahap akhir analisis data. Apabila simpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Data diperoleh sampai titik jenuh data sehingga mampu menarik simpulan yang tepat.

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan tersebut murni hasil analisis lapangan yang sebelumnya samar-samar menjadi tergambar dengan

jasas. Hubungan tersebut dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis, atau teori.

3.4.4 Keabsahan Data

Peneliti menggunakan konsep keabsahan data dari pendapat Daymond & Holloway (2011, hlm. 84-85) agar dapat memastikan data yang diperoleh di lapangan tepat dan dapat dipercaya.:

Authenticity: Autentitas merupakan keadaan yang berhasil dicapai ketika strategi yang digunakan pada sebuah penelitian dapat memberikan keterangan yang sebenarnya dari subjek penelitian. Dilakukan secara adil dan dapat membantu subjek penelitian memahami lingkungannya. Autentitas di sini dapat dilihat pada saat pelaksanaan DKT dan wawancara ketika penulis memberikan kesempatan pada subjek penelitian untuk bertanya agar keaslian data lebih otentik. Penilaian otentitas data penulis berusaha untuk mendorong subjek penelitian untuk mengungkapkan pendapat dan ide-idenya terhadap masalah yang dibahas sehingga seluruh data murni berasal dari mereka.

Trustworthiness: Sejauh mana penelitian ini dapat dipercaya. Penulis telah berusaha membuat penelitian ini sesuai dengan kriteria ini; Pertama adalah *Transferability*, sebagai validitas eksternal tercapai jika penelitian ini mampu membaca, dan mentransfer pengetahuan yang didapat dari temuan data, untuk mencapai hal ini, penulis akan menjelaskan tentang latar belakang masalah dan tujuan penelitian pada subjek penelitian agar dapat memberikan gambaran untuk mereka. Kedua adalah *conformability*, sebagai pengganti netralitas dan objektivitas tercapai jika penelitian mampu menghasilkan temuan dan simpulan sesuai dengan tujuan penelitian dan bukan hasil dari asumsi atau preconsepsi.

3.5 Isu Etik

Isu etik dalam penelitian kualitatif dipakai karena manusia digunakan sebagai objek yang diteliti. Seorang peneliti kualitatif tidak bisa memperlakukan objek manusia sebagaimana dia memperlakukan pada objek lain, karena dikhawatirkan menimbulkan efek negatif setelah melakukan wawancara. Agar terhindar dari hal-hal tersebut, tata cara memulai wawancara di pelaksanaan DKT penelitian kali ini tidak serta merta dilakukan secara mendadak. Penulis harus melalui pihak sekolah untuk meminta izin serta memberikan pengantar dan tujuan penelitian tersebut hingga tersampaikan pada objek penelitian yang asli yaitu anak-anak.

Anak-anak memiliki karakter yang unik sebagai objek penelitian karena mereka memiliki pemikiran yang masih sangat muda daripada orang dewasa. Beberapa poin yang dianjurkan oleh Davis J (2012, hlm. 49) adalah: (1) Hak anak tersebut menggantikan hak peneliti; (2) Tidak boleh ada kerugian fisik ataupun psikologis; (3) Harus ada persetujuan tertulis yang terinformasikan dari pemelihara primer anak tersebut; (4) Tidak boleh ada koersi agar anak berpartisipasi; (5) Tidak boleh ada tawaran diagnosis ataupun informasi lainnya tentang partisipasi anak tersebut; (6) Berbagai prinsip ini berlaku bahkan ketika anak tersebut ataupun keluarganya dibayar atas partisipasinya.

3.6 Pertanyaan Wawancara

No	Kategori	Aspek	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
1	Khalayak (Anak-Anak)	Data Diri Anak	Profil	Nama, Asal Daerah, Agama, Usia, Profil Keluarga, Tempat Tinggal, Minat, dan Cita-Cita.	Anak melengkapi identitas yang disediakan peneliti untuk mendapatkan informasi tentang profil sang anak.
		Latar Belakang Anak	Perilaku Anak	<ul style="list-style-type: none"> - Berapa kali makan dalam sehari? - Apa saja makanan kesukaan kalian? - Apakah waktu makan kalian teratur? - Apakah kalian sering makan bersama orang tua atau sendiri? - Apakah kalian membeli makanan bersama ibu atau bisa sendiri? - Seberapa sering kalian membeli makanan sendiri? 	Anak-anak dapat menceritakan tentang kebiasaan mereka sehari-hari saat makan dan peneliti dibantu moderator mencatat jawaban anak-anak tersebut
		Media Habit	Konsumsi media	<ul style="list-style-type: none"> - Berapa jumlah TV yang kalian miliki di rumah? - Seberapa sering menonton TV? - Apakah kalian memiliki TV 	Anak-anak dapat menceritakan secara detail tentang kebiasaan mereka

No	Kategori	Aspek	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
				berbayar? - Acara apa yang kalian sukai saksikan? - Jam berapa kalian menonton TV? - Apa saja hal-hal yang dilakukan saat menonton?	saat menonton TV, apa saja aturan yang ditetapkan orang tua mereka.
2	Analisis Penerimaan Decoder (Reception Analysis) Iklan My Noodlez	<i>Frameworks of knowledge</i> (kerangka pengetahuan) <i>Relations of productions</i> (relasi produksi) Hubungan audiens dengan iklan <i>Technical infrastructure</i> (teknis infrastruktur) Kombinasi Penyandian pesan (Decoder)	Kognitif	- Iklan itu apa? - Bisakah kalian membedakan program TV dengan iklan? - Di saluran apa saja kalian sering melihat iklan? - Mengapa harus ada iklan di televisi? - Iklan seperti apa yang kalian sukai? - Apa hal yang pertama kalian sukai saat melihat iklan? - Apakah kalian mengerti tentang maksud iklan My Noodlez/ - Dapatkah kalian menceritakan kembali jalan cerita dari iklan tersebut? - Apakah kalian mengetahui ide cerita dalam iklan My Noodlez? - Apa hal-hal yang paling kalian ingat dari adegan di iklan tersebut? - Informasi apa yang disampaikan lewat iklan tersebut? - Bisakah kalian menyebutkan adegan yang menunjukkan ajakan untuk makan mie instan? - Bagaimana kalian membandingkan iklan My Noodlez dengan iklan untuk anak-anak yang serupa?	Anak-anak dapat menceritakan apa yang mereka ketahui tentang iklan televisi dan iklan My Noodlez.

No	Kategori	Aspek	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
			Afektif	<ul style="list-style-type: none"> - Bisakah kalian gambarkan tentang perasaan kalian setelah menonton iklan itu? - Adakah adegan-adegan yang menghibur kalian lewat iklan tersebut? - Apakah kegiatan anak-anak di iklan tersebut sesuai dengan kegiatan seusia kalian? - Saat melihat iklan, apakah kalian ingin menjadi seperti anak-anak di sana? - Apakah kegiatan anak-anak di iklan itu pernah kalian lakukan juga? - Bagaimana pendapat kalian tentang percakapan ibu dan anak di iklan My Noodlez? - Adakah pengalaman serupa yang kalian alami seperti di iklan tersebut? - Bagaimana pendapat kalian dengan tokoh-tokoh yang ada di iklan? Apakah mereka menarik? - Bagaimana pendapat kalian tentang My Noodlez yang mengatakan bahwa mie instan itu baik untuk anak-anak seperti kalian? Apakah kalian setuju? - Apakah tiga rasa dalam produk My Noodlez yang ditampilkan di iklan familiar dengan selera kalian? - Apakah iklan My Noodlez berhasil membuat kalian beranggapan bahwa makan mie instan itu baik? - Jika suatu saat kalian menyaksikan iklan My Noodlez lagi di televisi, apa yang akan kalian lakukan, tetap menontonnya atau mengganti saluran? Bisakah ceritakan alasannya? 	Anak-anak dapat mengungkapkan segala hal tentang yang mereka lihat dari iklan My Noodlez dan mengaitkannya dengan pengalaman dan pendapat mereka,

No	Kategori	Aspek	Kata Kunci	Pertanyaan	Hasil yang Diharapkan
			Behavioral	<ul style="list-style-type: none"> - Apakah kalian membujuk orang tua untuk membeli sesuatu setelah melihat iklan? - Setelah kalian melihat iklan tersebut, apakah kalian akan membeli My Noodlez? - (Jika iya), apakah kalian akan menggunakan bujukan yang sama seperti yang anak-anak itu lakukan di iklan My Noodlez? - Apakah kalian akan merekomendasikan My Noodlez pada teman-teman lainnya setelah melihat iklan itu? - Apakah kalian akan makan lagi My Noodlez setelah ini? - Apakah kalian akan akan justru terus mengonsumsi My Noodlez? 	Anak-anak mengemukakan tentang tindakan yang akan dilakukan setelah melihat iklan tersebut.

Tabel 3.1 Pertanyaan DKT oleh peneliti, 22 Agustus 2016.