

Materi-7

Observasi



Observasi dalam Riset Pemasaran

Dalam riset pemasaran, **observasi** adalah sebuah proses sistematis dalam merekam atau mencatat pola perilaku yang sebenarnya dari orang, objek dan kejadian ketika terjadinya.

Observasi dapat menjadi bagian yang berguna baik untuk riset kualitatif maupun kuantitatif. Observasi yang sebenarnya dari pola perilaku dapat menjadi bagian dari sebuah desain eksplorasi, deskriptif atau bahkan kausal.

Hal-hal yang Diamati oleh Peneliti Pemasaran

Fenomena	Contoh
Kegiatan fisik	Cara pembelanja bergerak melewati toko, pola gerak, dan interaksi dengan objek.
Perilaku ekspresif dan reaksi fisiologis	Ekspresi wajah konsumen di restoran atau bahasa tubuh konsumen saat mengunjungi spa, banyaknya keringat yang diproduksi seseorang.
Hubungan spasial dan lokasi	Bagaimana pembeli berdiri di dekat layanan penyedia saat mendapat sarang tentang fasion.
Pola temporal	Berapa lama pasien menunggu di kantor dokter sebelum mendekati loket untuk menanyakan sesuatu atau mengeluh.
Benda fisik	Apa merek sepatu, pakaian dan skateboard yang sedang dikenakan para remaja disebuah taman skate milik sendiri.
Catatan verbal dan bergambar	Foto-foto atau video pengalaman Natal anak usia dini, komentar negatif pada blok internet.
Peristiwa neurologis	Aktivitas otak sebagai tanggapan terhadap konsumen yang mengalami sukacita, jijik, atau mungkin saat membaca informasi nutrisi

Sifat Studi Observasi

1. ***Observasi yang tidak tampak*** (tidak adanya komunikasi dengan orang yang sedang diobservasi sehingga dia tidak sadar bahwa dia adalah objek riset)
2. ***Observasi yang tampak*** (observasi dimana kehadiran pengobservasi diketahui oleh subjek)
3. ***Observasi tersembunyi*** (observasi dimana subjek tidak sadar bahwa observasi sedang berlangsung)

Mengobservasi dan Menafsirkan Komunikasi Nonverbal

Perilaku	Uraian	Contoh
Ekspresi wajah	Ekspresi dari emosi seperti terkejut (mata terbuka lebar, mulut membulat dan sedikit terbuka, alis berkerut)	Seorang konsumen bereaksi terhadap harga yang disebutkan oleh agen penjualan.
Bahasa tubuh	Postur, penempatan tangan dan kaki.	Seorang konsumen menyilangkan tangannya ketika agen penjualan berbicara, kemungkinan karena kurangnya rasa percaya.
Gerak mata	Kontak mata, menatap, melihat ke arah lain, terbelalak. Dalam budaya Amerika, tidak melakukan kontak mata mengindikasikan sebuah hubungan yang memburuk. Mata yang terbelalak dapat mengindikasikan emosi atau tingkat kejujuran.	Seorang konsumen menghindari melakukan kontak mata dengan seorang agen penjualan mengetahui bahwa dia tidak akan membeli.

Mengobservasi dan Menafsirkan Komunikasi Nonverbal

Perilaku	Uraian	Contoh
Ruang personal	Jarak fisik antar individu, di Amerika Serikat, orang suka berada pada jarak sekitar 8 kaki ketika sedang berdiskusi.	Seorang konsumen mungkin akan bergerak mundur dari seorang agen penjualan yang melewati ruang personalnya.
Gerak tubuh	Respons terhadap kejadian tertentu dengan reaksi badan yang spesifik atau gerak tubuh.	Seorang konsumen yang memenangkan sesuatu (mungkin di kasino atau kejuaran olahraga) mengangkat tangannya, berdiri tegak dan membusungkan dadanya.
Sikap	Etiket yang diterima dalam situasi tertentu.	Seorang agen penjualan mungkin berjabat tangan dengan seorang konsumen, tetapi tidak menyentuh seorang konsumen dengan cara lain.

Observasi Langsung dan Tersusun

- ***Observasi Langsung*** (usaha langsung untuk mengobservasi dan merekap apa yang terjadi, pemeriksa tidak menciptakan situasi buatan)
- ***Observasi yang Dirancang / Tersusun***
(observasi dimana pemeriksa menciptakan sebuah lingkungan buatan untuk menguji sebuah hipotesis)

Observasi Objek Fisik

- Fenomena fisik bisa saja menjadi subjek dari studi observasi. Fakta jejak fisik merupakan sebuah tanda yang dapat dilihat dari kejadian di masa lalu atau sekarang.

Arifak

- Arifak adalah sesuatu yang dibuat orang dan dikonsumsi dalam sebuah budaya yang menandakan sesuatu yang berarti dalam perilaku yang terjadi saat pengkonsumsian.

Persediaan

- Penggunaan lain dari observasi objek fisik adalah untuk menghitung dan mencatat persediaan fisik melalui retail atau audit pada pedagang grosir. Metode ini memungkinkan peneliti untuk memeriksa penjualan merek pada tingkat regional dan nasional, penguasaan pasar, pola pembelian musiman, dan sebagainya. Riset pemasaran memberikan data audit pada tingkat ritel dan pedagang grosir. Seorang pengobservasi dapat mencatat data jejak fisik untuk menentukan informasi yang tidak dapat diingat dengan baik oleh responden.

Analisis Konten

- Analisis konten adalah observasi yang sistematis dan deskripsi kuantitatif dari daftar konten komunikasi. Selain mengobservasi orang dan objek fisik, peneliti dapat menggunakan analisis konten yang datanya diperoleh dengan mengobservasi dan menganalisis konten atau pesan iklan, artikel surat kabar, program televisi, surat, dll.

Observasi Mekanis

- Pada banyak situasi, cara utama dan terkadang satu-satunya untuk observasi adalah mekanis ketimbang dengan menggunakan manusia. Kamera video, meja kasir dan mesin lainnya membantu mengobservasi dan merekam perilaku.

Observasi Mekanis

Observasi mekanis dapat dilakukan melalui :

1. Pengawasan Televisi dan Radio
2. Mengawasi Lalu Lintas Situs Web
3. Riset Berbasis Pemindai
4. Kamera Pengawas
5. Perlengkapan Neurologis

Pengawasan Televisi dan Radio

- Proyek riset pemasaran yang terkenal serta melibatkan observasi mekanis dan pengumpulan data terkomputerisasi adalah sistem pengawasan televisi.
- Pengawasan televisi merupakan observasi mekanis terkomputerisasi yang digunakan untuk mendapat rating televisi

Pengawasan Televisi dan Radio



- Kamera lalu lintas yang mengawasi kendaraan yang mengebut pada jalan utama telah menjadi tempat yang biasa di Eropa, Australia, bahkan di beberapa tempat di Amerika.



Mengawasi Lalu Lintas Situs Web

- **Klik Situs**

Sebuah *click through sites* (CTR – angka klik) merupakan persentase orang yang diarahkan pada sebuah iklan yang sebenarnya mengklik pada tautan yang cocok yang membawa mereka pada situs web perusahaan.

- **Click Through Rate dan Iklan Online**

Dengan semakin meluasnya iklan online, riset pemasar telah memperhalus metode untuk mengukur keefektifan iklan. Perusahaan yang memasang iklan ini dapat tetap menghitung CTR. Penerapan CTR pada jumlah yang dihabiskan pada iklan memberikan pembuatan iklan sebuah *biaya per klik*.

Riset Berbasis Pemindai

- Teknologi memungkinkan peneliti memeriksa pertanyaan yang spesifik pada demografis atau promosi. Riset menggunakan pemindai telah memeriksa cara yang berbeda di mana konsumen memberikan respons terhadap cara utama pada penerapan jenis riset ini melalui pembentukan sebuah **panel konsumen berbasis pemindai** (*scanner based consumer panel*)

- **Panel konsumen berbasis pemindai** (*scanner based consumer panel*) merupakan sebuah jenis panel konsumen dimana kebiasaan pembelian partisipan direkam dengan sebuah pemindai laser ketimbang dengan sebuah buku harian pembelian.
- **Sistem pemindaian di rumah** (at home scanning systems) merupakan sistem yang memungkinkan panelis konsumen untuk melakukan pemindaian mereka sendiri setelah membawa pulang produk, menggunakan tongkat genggam yang dapat membaca simbol UPC.

Kamera Pengawas

- Peneliti pemasaran menggunakan sesuatu yang dijuluki Mindcam untuk mengerti berbagai aspek aktivitas konsumen, seperti berbelanja. Sebuah kombinasi kamera kecil dan micropon ditempatkan pada konsumen. Semua yang ia lihat dan dengar direkam. Biasanya hal ini diikuti dengan sebuah wawancara dimana konsumen mencoba menjelaskan perilakunya dan pembelian yang ia lakukan.

Perlengkapan Neurologis

- Aktivitas neurologis dapat mengungkapkan besarnya pikiran mengambil alih dan jenis perasaan apa yang dialami oleh seseorang.

Mengukur Reaksi Fisiologis

- Dalam dunia fisiologis, pergerakan tatan mata penonton diukur dengan sebuah monitor pelacakan gerak mata (*eye tracking monitor*)
- **Monitor pelacakan gerak mata** (*eye tracking monitor*) merupakan perlengkapan mekanis yang digunakan untuk mengamati pergerakan mata, beberapa monitor mata menggunakan sinar cahaya inframerah untuk mengukur pergerakan mata yang tidak sadar.

Pupilometer

- Pupilometer merupakan perlengkapan mekanis untuk mengobservasi dan merekam perubahan dalam diameter pupil subjek



Psikogalvanometer



- Psikogalvanometer merupakan alat untuk mengukur *galvanic skin response (GSR)* sebuah ukuran dari perubahan yang tidak disengaja dalam resistensi elektrik kulit.

Analisis Nada Suara

- Analisis nada suara merupakan teknik pengukuran fisiologis yang relatif masih baru yang mengukur reaksi emosional, seperti yang terlihat dalam perubahan fisiologis suara seseorang. Analisis nada suara adalah teknik pengukuran fisiologis yang merekam frekuensi tidak normal dalam suara yang seharusnya menggambarkan reaksi emosi terhadap berbagai stimuli.