Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis & Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Creswell (2014, h. 4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekolompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Metode penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik, yaitu penekanan pada lingkungan yang alamiah (*naturalistic setting),* induktif, fleksibel, pengalaman langsung, kedalaman, proses, menangkap arti, keseluruhah, partisipasi aktif dari partisipan dan penafsiran (Raco, 2010, h. 56).

Menurut Raco (2010, h. 121) metode kualitatif bersifat induktif yaitu mulai dari fakta, realita, gejala, masalah yang diperoleh melalui suatu observasi khusus. Dari realita dan fakta yang khusus ini kemudian peneliti membangun pola-pola umum. Induktif berarti bertitik tolak dari yang khusus ke umum. Sifat lain yang dimiliki oleh metode ini adalah holistik. Peneliti menggunakan metode ini berkeinginan untuk memahami suatu gejala secara menyeluruh, termasuk mendeskripsikan dan mengintrepretasikan lingkungan sosial manusia atau organisasi eksternal yang mempengaruhinya.

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

Salah satu karakteristik dari penelitian kualitatif yang dikemukakan oleh Raco (2010, h. 60) adalah bersifat deskriptif. Data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar dari pada angka-angka. Hasil penelitian tertulis berisi kutipan-kutipan dari data untuk mengilustrasikan dan menyediakan bukti presentasi.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penelitian yang bersifat deskriptif. Peneliti akan menggambarkan serta memaparkan objek yang telah diteliti oleh peneliti apa adanya, tanpa manipulasi. Penggambaran serta pemaparan yang dilakukan sesuai dengan realitas yang ada.

Peneliti akan mencoba untuk menarik dan memaparkan pola yang ada secara lebih ringkas, sehingga lebih mudah dipahami. Melalui penelitian yang bersifat deskriptif, peneliti dapat menggambarkan kejadian yang ada secara sistematis.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus menurut Raco (2010, h. 49) adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi. Kemudian Raco mengutip dari Creswell yang mendefinisikan studi kasus sebagai suatu eksplorasi dari sistem-sistem yang terkait (*bounded-system*) atau kasus. Raco juga mengutip dari Patton

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

yang menambahkan bahwa studi kasus adalah studi tentang kekhususan dan kompleksitas suatu kasus tunggal dan berusaha untuk mengerti kasus tersebut dalam konteks, situasi, dan waktu tertentu.

Raco (2010, h. 50) juga menuliskan bahwa metode studi kasus dapat membantu peneliti untuk mengadakan studi mendalam tentang perorangan, kelompok, program, organisasi, budaya, agama, daerah, atau bahkan tentang suatu negara. Melalui metode studi kasus ini, peneliti berharap dapat menemukan jawaban secara mendalam tentang topik terkait dan kemudian memberikan paparan serta penjelasan secara rinci sehingga tujuan dari penelitian ini dapat tercapai.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendalami kasus mengenai *sales promotion* sebagai strategi *marketing communication* PT Hardana Kacida Reana pada Kartu Jajan. Studi kasus yang dilakukan oleh peniliti adalah dalam bentuk deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan suatu fakta, realita, gejala dan peristiwa itu terjadi. Melalui studi kasus, peneliti berharap dapat melihat secara mendetail dan menggambarkan serta mendeskripsikan dengan rinci *sales promotion* yang dijalankan oleh PT Hardana Kacida Reana.

3.3 *Key Informan* dan *Informan*

3.3.1 *Key Informan*

Untuk mendapatkan data yang akurat, maka peneliti melakukan wawancara dengan beberapa informan yang berkompeten sesuai dengan

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

pertanyaan penelitian ini. Peneliti membagi narasumber ke dalam tiga kategori yaitu : *key informan*, *informan, informan* tambahan.

Omar Stamboel, *Head of Marketing* PT Hardana Kacida Reana dipilih sebagai *key informan* karena merupakan jajaran tertinggi dari bagian *marketing* dan sangat memahami kegiatan *marketing* yang selama ini telah dilakukan oleh PT Hardana Kacida Reana. Oleh sebab itu Omar Stamboel akan dijadikan sebagai narasumber utama dalam penelitian ini.

Dari Omar Stamboel, peneliti mendapatkan informasi tentang teknik *sales promotion* dan kegiatan *sales promotion* yang dilakukan oleh PT Hardana Kacida Reana. Informasi ini berkontribusi untuk memaparkan informasi tentang PT Hardana Kacida Reana, penjabaran tentang aktivitas *marketing communication* PT Hardana Kacida Reana, khususnya *sales promotion.*

3.3.2 *Informan*

Informan adalah narasumber tambahan dalam penelitian, yang juga menjadi bagian penting dalam proses penelitian. Informan untuk penelitian ini adalah Marketing & Operational Supervisor PT Hardana Kacida Reana yaitu Eko Jayasudirja.

Pemilihan Marketing & Operational Supervisor sebagai *informan* dikarenakan beliau terlibat dalam aktifitas komunikasi pemasaran secara langsung. Marketing & Operational termasuk dalam divisi Marketing dan terjun ke lapangan untuk ikut serta dalam kegiatan-kegiatan *sales promotion* PT Hardana

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

Kacida Reana. Peneliti dapat menemukan data-data tambahan yang mungkin terlewatkan oleh *key informan* dari informan-informan ini.

Eko Jayasudirja dipilih untuk memberikan keterangan seputar dengan kegiatan *sales promotion* yang dijalankan oleh PT Hardana Kacida Reana. Pemaparan beliau dapat menambah keterangan data untuk mendapatkan keterangan seputar dengan strategi *marketing communication* melalui aspek *sales promotion.* Hal ini dilakukan untuk menjawab fokus penelitian.

3.3.3 *Informan* Tambahan

Informan tambahan untuk penelitian ini adalah salah satu orang yang mengikuti kegiatan insentif dari Kartu Jajan yaitu Eko Nurmansjah. Pemilihan agen insentif sebagai *informan* tambahan dikarenakan beliau merupakan pihak ketiga antara sekolah dan EMO yang terlibat dalam aktifitas *sales promotion* dan pendistribusiannya secara langsung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Patton (2002 dikutip dalam Raco, 2010, h. 110) menyebutkan adanya 2 (dua) jenis sumber data penelitian, yaitu data primer dan data sekunder. Data primer merupakan sumber data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli dan tidak melalui perantara. Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individu maupun kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

Sedangkan data sekunder adalah sumber data penelitian yang tidak didapat langsung dari sumbernya. Data tersebut bisa diperoleh dari penelusuran melalui internet, koran, atau media lainnya.

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

1. Wawancara Mendalam

Mulyana (2013, h. 180) mengatakan bahwa wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Lindlof dan Taylor (2011, h. 173) menyebutkan tujuan utama dari wawancara kualitatif adalah memahami pengalaman dan perspektif aktor sosial melalui cerita, laporan, dan penjelasan, memunculkan bentuk bahasa yang digunakan oleh aktor sosial, mengumpulkan informasi tentang berbagai hal atau proses yang tidak dapat diamati secara efektif dengan cara lain, menanyakan tentang masa lalu, memverifikasi, memvalidasi, atau mengomentari informasi yang didapat dari sumber lain dan yang terakhir adalah mencapai efisiensi dalam pengumpulan data.

Keputusan untuk melakukan wawancara mendalam sebagai salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini didasari dengan tujuan agar data-data yang diperoleh benar-benar akurat, mendalam, dan lebih detail, sehingga pertanyaan dalam penelitian ini dapat terjawab secara komprehensif.

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

2. Studi dokumentasi

Selain wawancara mendalam, penelitian dapat pula dilengkapi dengan dokumen yang terkait. Studi dokumen dalam penelitian kualitatif merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara.

Dengan studi dokumentasi, peneliti mengumpulkan serta mempelajari berbagai dokumen dan data yang terkait dengan permasalahan penelitian. Dokumen yang terkumpul akan menjadi bukti serta data pendukung bagi penelitian ini.

3.5 Keabsahan Data

Dalam melakukan suatu penelitian, penting untuk membuktikan keabsahan data yang berhasil diperoleh. Untuk menguji keabsahan data pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi data berarti menggunakan bermacam-macam data, menggunakan lebih dari satu terori, beberapa teknik analisis, dan melibatkan lebih banyak peneliti. Hal ini dilakukan agar kebenaran data bisa dipastikan.

Untuk memastikan kebenaran data yang diperoleh, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Peneliti akan melakukan wawancara dengan lebih dari satu orang. Selain menggunakan wawancara, teknik pengumpulan datanya adalah studi dokumen. Dengan demikian, peneliti berharap hasil perolehan data dapat dibuktikan kebenarannya.

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam menganalisis data yang diperoleh, teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984 dikutip dalam Emzir, 2012, h. 129) mengemukakan ada tiga tahap dalam proses analisis data kualitatif, yaitu:

1. Reduksi data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data terjadi secara kontinu melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Faktanya, bahkan sebelum data secara aktual dikumpulkan, reduksi data antisipasi dilakukan sebagaimana diputuskan oleh peneliti.

Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa langkah selanjutnya dari reduksi data, yaitu membuat rangkuman, pengkodean, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan-pemisahan, ataupun menulis memo-memo. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memokuskan, membuang, dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan.

Pada tahap ini, peneliti akan memilih data yang diperlukan dan menyingkirkan data yang tidak diperlukan dari hasil pengumpulan data, yaitu

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

wawancara dan studi kepustakaan. Kemudian data tersebut akan dikelompokkan berdasarkan kategori tertentu agar hasil penelitian tersusun secara sistematis.

2. Model data (*Data Display*)

Langkah utama kedua dari kegiatan analisis data adalah model data (*data display*). Bentuk yang paling sering dari model data kualitatif adalah teks naratif. Pada bab selanjutanya, peneliti akan memaparkan hasil pengumpulan data yang sebelumnya telah direduksi dalam bentuk teks naratif dan juga penggunaan kalimat langsung sebagai jawaban atas pertanyaan wawancara yang diajukan.

3. Penarikan/verifikasi kesimpulan

Setelah melakukan reduksi data dan model data, peneliti akan melakukan interpretasi dan penarikan kesimpulan dengan cara membandingkan antara dasar teori dengan data yang berhasil diperoleh.

Data yang diperoleh merupakan realitas atau praktik sesungguhnya yang dilakukan oleh perusahaan objek penelitian. Dari hasil perbandingan tersebut akan diperoleh temuan-temuan yang nantinya akan memberikan pemahaman yang baru mengenai permasalahan penelitian.

3.7 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pembahasan mengenai strategi *Marketing Communication* PT Hardana Kacida Reana melalui salah satu dari enam kategori

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017

kegiatan *Marketing Communication* menurut Kotler dan Keller (2014, h. 520) yaitu Promosi Penjualan (*Sales Promotion*).

Sales Promotion Sebagai..., SYARAFFY AHMAD KURNIA, FIKOM UMN, 2017