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 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivistik. Menurut Hidayat yang dikutip oleh Bungin (2009, h.242) menyatakan bahwa paradigma ini mengutamakan interaksi antara peneliti dengan subjek yang diteliti agar mampu mengkonstruksi realitas yang diteliti melalui metode kualitatif seperti wawancara dan observasi partisipan. Paradigma post-positivistik juga menghargai proses dan perbedaan yang ada karena tujuannya bukan untuk melakukan standarisasi. Post-positivistik menekankan analisis menyeluruh dan kontekstual (Salam, 2011, h. 191).

Dalam buku yang ditulis oleh Yasmin dan Adang (2008, h.48) dituliskan bahwa post-positivistik menganggap pengalaman merupakan hal penting dalam hidup. Secara ontologis, aliran itu bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas senyatanya sesuai dengan hukum alam. Paradigma post-positivistik menyarankan adanya ikatan antara peneliti dengan objek atau realitas yang diteliti tidak bisa dipisahkan. Aliran post-positivistik menyatakan bahwa tidak mungkin mencapai atau mendapatkan kebenaran, apabila peneliti berdiri di belakang layar tanpa ikut campur dengan subjek yang diteliti secara langsung.

Menurut Creswell (2009, h.7) paradigma post-positivistik melihat masalah dalam studi kasus sebagai refleksi dari sebuah kebutuhan untuk diteliti dan membawa dampak pada hasil akhirnya. Paradigma ini didasarkan pada pengamatan

Strategi Integrated Marketing..., Angela, FIKOM UMN, 2018

yang cermat terhadap sebuah kejadian yang menarik dan pengukuran realitas objektif yang sedang terjadi.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivistik untuk menggambarkan suatu fenomena yang terjadi pada suatu organisasi atau pada sekelompok orang, sifatnya tidak untuk menarik standarisasi dan terfokus pada proses. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik *post-positivistik*, maka penelitian mengenai strategi *integrated marketing communication* dalam memperoleh customer relationship pada BSD *Extreme Park* dirasa tepat untuk menggunakan paradigma ini dibandingkan dengan paradigma lainnya. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma *post-positivistik*. Paradigma ini adalah paradigma yang mengandalkan berbagai metode untuk memahami realita sebanyak-banyaknya (Denzin dan Lincoln, 2009, h.6).

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh penulis dalam melakukan penelitian adalah jenis kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami makna sejumlah individu yang yang berasal dari masalah sosial. Dalam proses penelitian kualitatif meliputi proses pengumpulan data seperti mengajukan pertanyaan kepada narasumber, menganalisis data secara induktif mulai dari tema yang khusus ke tema yang umum, dan menafsirkan makna data. Dalam penelitian kualitatif harus fokus dalam makna individual, dan dapat menjelaskan kompleksitas suatu masalah (Creswell, 2007, h.5). Penelitian kualitatif adalah sebuah proses penyelidikan untuk memahami masalah sosial yang diteliti,

yang berdasarkan pada penciptaan gambaran holistik lengkap yang dibentuk dengan kata, mendeskripsikan pandangan informan secara terperinci, dan disusun dalam sebuah latar belakang ilmiah. (Creswell, 2010, h.4)

Menurut Rachmat Kriyantono dalam buku yang berjudul Teknis Praktis Riset Komunikasi, riset kualitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dengan demikian penelitian kualitatif tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Peneliti lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. Dalam penelitian kualitatif, peneliti juga dituntut untuk bersikap objektif yang artinya peneliti tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekendak hatinya sendiri.

Dalam buku ini juga dijabarkan ciri-ciri dari penelian kualitatif, yaitu:

1. Hubungan riset dengan subjek: jauh. Peneliti menganggap bahwa realitas terpisah dan ada di luar dirinya, karena itu harus ada jarak supaya objektif.
2. Riset bertujuan untuk menguji teori atau hipotesis, mendukung atau menolak teori. Data hanya sebagai sarana konfirmasi teori atau teori dibuktikan dengan data.
3. Penelitian harus dapat digeneralisasikan, karena itu menuntut sampel yang representatif dari seluruh populasi, operasionalisasi konsep serta alat ukur yang valid dan reliabel.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

4. Prosedur riset rasional – empiris, artinya riset berangkat dari konsep atau teori yang melandasinya. konsep atau teori inilah yang akan dibuktikan dengan data yang dikumpulkan di lapangan (2006, h. 55-56).

Penelitian kualitatif berusaha melihat kebenaran dalam sebuah fenomena, baik yang tersembunyi atau dibalik sesuatu yang nyata. Kebenaran yang dihasilkan tidak berupa angka, melainkan berupa pemahaman secara keseluruhan yang mampu menerangkan gejala atau fenomena yang terjadi. Kebenaran dari penelitian penelitian kualitatif bersifat deskriptif, dimana asumsi kebenarannya berada dalam lingkungan internal gejala yang diteliti. Artinya kebenaran itu didapat oleh peneliti dan memiliki kemungkinan hasil penelitian berbeda dengan peneliti lainnya (Bungin, 2007, h. 67).

Sedangkan sifat dari penelitian ini adalah bersifat deskriptif. Dalam penelitian deskriptif data yang dikumpulkan adalah data berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Selain itu semua yang dikumpulkan berpotensi menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran dalam penyajian laporan. Data tersebut mungkin didapat dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape,* dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2010, h.11). Penelitian deskriptif adalah sebuah penelitian dimana peneliti berusaha mengungkap fakta suatu kejadian objek atau aktivitas, proses dan manusia secara apa adanya pada waktu sekarang atau jangka waktu yang masih memungkinkan dalam ingatan narasumber (Andi, 2011, h.203). Peneliti menggunakan metode deskriptif kualitatif karena peneliti ingin menggambarkan

situasi yang menjadi objek penelitian. Jenis survey deskriptif digunakan untuk menggambarkan populasi yang sedang diteliti.

Pada penelitian ini, peneliti ingin meneliti lebih dalam tentang bagaimana strategi IMC dapat meningkatkan loyalitas konsumen BSD *Extreme Park*. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif-deskriptif peneliti dapat menjalankan penelitian *insightmulating* yaitu penelitian terjun langsung ke lapangan tanpa dibebani atau diarahkan teori. Penelitian ini tidak bermaksud untuk menguji teori sehingga perspektifnya tidak tersaring, peneliti bebas mengamati objeknya, menjelajah dan menemukan wawasan baru selama penelitian dan terus menerus mengalami reformasi dan redireksi ketika informasi baru ditemukan (Ardianto, 2010, h.60).

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Yazan (2015, h. 134) mengutip pendapat dari Yin (2002) bahwa studi kasus merupakan salah satu metode penelitian yang paling banyak digunakan dalam penelitian kualitatif, studi kasus merupakan suatu penelitian empiris yang menyelidiki fenomena didalam konteks kehidupan nyata, dimana batasan antara fenomena dan konteks tidak tampak secara tegas atau jelas dan menggunakan berbagai sumber atau multisumber bukti. Studi kasus adalah metodologi riset yang menggunakan berbagai sumber data (data sebanyak mungkin) yang dapat digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif

berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2009, h.65). Studi kasus yang bersifat deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran terhadap suatu gejala, fakta, atau realita dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi (Raco, 2010, h.50). Metode studi kasus baik digunakan untuk mencari jawaban suatu masalah atau kasus. Metode ini juga baik digunakan untuk menemukan ide-ide baru untuk menanggapi suatu kasus tertentu yang sedang terjadi atau yang akan terjadi. Semua kegiatan penelitian mengharuskan keterlibatan langsung si peneliti yang nantinya akan memudahkannya dalam menafsirkan semua informasi atau data yang terkumpul (Semiawan, 2007, h.52) oleh karena itu peneliti menggunakan metode studi kasus karena ingin mengungkapkan secara lebih detail mengenai strategi pengelolaan *integrated marketing communication* yang dilakukan BSD *Extreme Park*, peneliti merasa bahwa metodologi studi kasus merupakan metode yang paling tepat untuk meneliti suatu fenomena yang terjadi pada sebuah intuisi atau organisasi.

Peneliti memutuskan untuk menggunakan metodologi ini untuk meneliti tentang strategi *integrated marketing communication* dapat memperkenalkan BSD *Extreme Park* kepada pangsa pasar dengan pertimbangan keuntungan yang mungkin didapatkan, antara lain (Mulyana, 2004, h. 201):

1. Studi kasus dapat menyajikan pandangan dari subjek yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan uraian yang menyeluruh, yang mirip dengan apa yang dialami oleh pembaca di kehidupan sehari-hari.

Strategi Integrated Marketing..., Angela, FIKOM UMN, 2018

3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
4. Studi kasus dapat memberikan uraian secara mendalam yang diperlukan bagi penilaian.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Krisyantono dan Ardianto (2010, h. 178) teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari wawancara mendalam, observasi, dan wawancara kelompok. Dalam buku yang ditulis oleh Rachmat Kriyantono, mengutarakan beberapa jenis wawancara, yaitu wawancara pendahuluan, wawancara terstruktur, wawancara semistruktur, dan wawancara mendalam (2006, h. 99-100).

Menurut Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif ialah kata-kata tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain (Moleong, 2010, h.157). Sedangkan menurut Sugiyono, jika ditinjau dari sumbernya, data dikategorikan menjadi data primer dan data sekunder (2009, h.192) data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

Data primer diperoleh berdasarkan wawancara dengan sumber informasi langsung. Pengamatan serta wawancara mendalam dengan narasumber dalam sebuah penelitian. Wawancara atau *interview* dalam penelitian atau riset kualitatif yang disebut wawancara mendalam memiliki tujuan untuk mendapatkan data

Strategi Integrated Marketing..., Angela, FIKOM UMN, 2018

kualitatif mendalam memiliki tujuan untuk mendapatkan data kualitatif mendalam. Wawancara mendalam (*intensive depth interview)* adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka secara langsung dengan informan agar mendapatkan data yang lengkap dan mendalam (Kriyantono, 2009, h.98). Pada penelitian ini, data primer yang digunakan adalah wawancara mendalam (*intensive depth interviews)*. Wawancara berpedoman pada daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan sifanya terbuka, sehingga sumber informasi diberika kebebasan dalam menjawab pertanyaan.

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung dari penelitian sebagai informasi tambahan bagi penelitian. Jika dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi (Moleong, 2010, h.159). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan data sekunder berupa studi kepustakaan. Ardianto (2010, h. 185) mengatakan bahwa studi kepustakaan diperoleh dari sumber bukan manusia, seperti dokumen dan bahan statistik. Hal ini dilakukan dengan membaca, mempelajari , dan menganalisis sumber data yang ada seperti buku-buku, penelitian terdahulu, serta mempelajari beberapa arsip lainnya guna mendapatkan informasi yang sedalam-dalamnya dan menemukan jawaban untuk masalah pokok penelitian yaitu bagaimana strategi *integrated marketing communication* yang dilakukan BSD *Extreme Park* dapat dikenal oleh pangsa pasar.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

3.5 Keabsahan Data

Dalam melakukan sebuah penelitian, harus ada yang bisa dinilai ukuran kualitas dari penelitian tersebut, hal itu dapat dilihat dengan keabsahan data atau yang disebut juga dengan validitas data yang telah dikumpulkan peneliti selama melakukan penelitian. Keabsahan data didapatkan dengan proses pengumpulan data yang tepat. Dalam penelitian kualitatif, yang dipentingkan adalah hasil, bagaimana informasi bisa didapatkan oleh peneliti, memahami situasi yang menarik, dan fenomena yang terjadi dalam kasus penelitiannya (Azeem, 2008, h.40).

Menurut Creswell (2009, h.198) terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan untuk mengetahui keabsahan dari penelitian yaitu:

1. Triangulasi data, data dapat dikumpulkan melalui beberapa sumber yang di wawancara, observasi, dan analisis dokumen.
2. Pengecekan anggota, informan akan berperan dalam mengecek seluruh proses analisis yang telah dilakukan.
3. Observasi dalam jangka waktu yang panjang dan berulang.
4. Pemeriksaan ahli, penelitian akan diperiksa oleh ahli yang terkait dengan topik yang diteliti.
5. Klarifikasi bias penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi data karena dengan analisis triangulasi data ini, data dapat dikumpulkan oleh peneliti melalui

Strategi Integrated Marketing..., Angela, FIKOM UMN, 2018

beberapa sumber yang diwawancara dan analisis dokumen. Dengan analisis triangulasi data ini, peneliti juga mampu menganalisis jawaban subjek dan meneliti kebenaran dengan data empiris yang sudah ditemukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun data agar ditafsirkan, menyusun berarti menggolongkan data dalam pola, tema, atau kategori untuk membentuk keteraturan (Ardianto, 2010, h.215). Sedangkan menurut Pawito (2007, h. 100) analisis data dilakukan oleh peneliti untuk dapat menarik sebuah kesimpulan.

Menurut Yin (2013, h.134) terdapat dua metode yang dapat digunakan dalam melakukan analisis, yaitu:

1. Kebutuhan akan strategis analisis. Peneliti harus memiliki pemahaman yang cukup mengenai bagaimana bukti studi kasusnya akan diteliti. Selain itum peneliti juga disarankan untuk dapat menggunakan berbagai teknik analisa yaitu:

   a. Dapat menyeleksi dan menyederhanakan data informasi kedalam daftar yang berbeda.

   b. Memfokuskan kedalam kategori tertentu yang sesuai dan menempatkan setiap bukti kedalam kategori yang sudah dibuat.

   c. Menciptakan analisis data yang bertujuan untuk memeriksa data yang sudah diperoleh dari hasil penelitian.

   d. Membuat dalam frekuensi peristiwa yang berbeda.

Strategi Integrated Marketing..., Angela, FIKOM UMN, 2018

e. Memeriksa hasil penelitian.

f. Menggolongkan informasi kedalam urutan secara kronologis.

2. Dua strategi umum.

a. Mendasarkan pada proporsi teoritis. Peneliti harus mengikuti teori yang telah digunakan untuk mengkaji studi kasus. Dalam hal ini bertujuan agar mencerminkan pertanyaan penelitian, tinjauan pustaka, dan munculnya pemahaman baru.

b. Mengembangkan deskripsi studi kasus. Peneliti mengembangkan sebuah kerangka deskriptif untuk mengorganisasikan studi kasus. Dengan pendekatan deskriptuf membantu keterkaitan yang perlu dianalisis oleh peneliti.

3.7 Key Informan dan Informan

Berdasarkan judul penelitian dan subjek penelitian yang telah dibahas di atas, maka penelitian ini akan berfokus pada pengamantan akan strategi *integrated marketing communication* yang dilakukan BSD *Extreme Park*. *Key Informan* kunci adalah individu yang peneliti gunakan sebagai bahan pengumpulan data karena individu tersebut dianggap cukup dikenal dengan baik, dapat diakses dan dapat memberikan memberikan petunjuk akan informasi. Sementara informan adalah individu yang berpartisipasi dalam sebuah riset dan membantu peneliti untuk menafsirkan budaya dalam kelompok (Daymon dan Holloway, 2010, h.366). Subjek yang dipilih oleh peneliti disesuaikan dengan judul penelitian dan kepentingan data yang ingin diperoleh.

Strategi Integrated Marketing..., Angela, FIKOM UMN, 2018

3.7.1 *Key Informan*

Key Informan dari penelitian ini adalah *Marketing Communication and Promotion staff* dari BSD *Extreme Park* yang bernama Arron Clinton. *Key informan* dalam penelitian ini menjadi objek utama dalam penelitian ini. Melalui wawancara dengan *key informan* peneliti berusaha mendapatkan informasi mengenai strategi *integrated marketing communication* yang dilakukan BSD *Extreme Park.*

3.7.2 *Informan*

Dalam penelitian ini terdapat dua informan untuk menunjang data yang ada. Peneliti melakukan wawancara dengan dua informan. Pertama adalag Wailan Rawung selaku *Marketing Communication and Promotion Manager* dari BSD *Extreme Park.* Informan yang kedua adalah Deddy Citrawan, yang merupakan pelanggan setia dari BSD *Extreme Park.*

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA