



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.

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Terdapat dua pendekatan yang dapat digunakan dalam melakukan sebuah penelitian, yaitu pendekatan kuantitatif dan juga pendekatan kualitatif. Pemilihan pendekatan dapat dilihat dari tujuan penelitian tersebut. Jika ingin menguji teori atau hipotesis untuk dengan hasil yang dapat merepresentasikan populasi, penelitian tersebut akan menggunakan pendekatan kuantitatif. Namun sebaliknya apabila ingin mengungkap suatu fenomena secara mendalam, maka penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kualitatif.

Penelitian yang membahas mengenai *Integrated Marketing Communication* ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih dengan pertimbangan karena tujuan dari penelitian ini adalah membahas persoalan secara komprehensif dan mendalam dengan mendapatkan data sebanyak-banyaknya dari narasumber atau objek penelitian, dan dideskripsikan secara jelas.

Menurut Moleong (2010, h. 4), penelitian kualitatif adalah Prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik. Jadi, dalam hal ini tidak boleh

mengisolasikan individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Menurut Creswell (2009, h. 4), penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang diberikan oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan.

Riset kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besaran populasi, jika data yang didapatkan sudah dapat menjelaskan fenomena yang ingin diteliti secara mendalam, maka peneliti tidak perlu menggunakan sample lainnya.

Creswell (2009) menyatakan ada beberapa karakteristik yang dapat digunakan dalam pelaksanaan penelitian kualitatif. Pertama, penelitian kualitatif dilakukan di suatu tempat dengan penganturan alami, biasanya dilakukan dengan mengunjungi suatu lokasi dengan melibatkan partisipan dalam penelitian. Kedua, penelitian kualitatif dapat menggunakan lebih dari satu metode yang atraktif. Metode pengumpulan data yang dilakukan dapat berupa observasi terbuka atau tertutup, wawancara, dan pengkajian dokumen. Ketiga, beberapa aspek dapat muncul pada saat penelitian dilakukan, seperti pertanyaan penelitian bisa berubah atau diperbaiki saat kegiatan pengumpulan data dilakukan. Keempat, interpretasi dilakukan berdasarkan data yang diperoleh. Hal ini mencakup penjelasan mengenai individu atau keadaan, serta menganalisis data untuk suatu tema atau

kategori. Pada akhirnya akan diperoleh suatu gambaran atau interpretasi untuk mengartikan suatu fenomena menurut pendapat pribadi dan teori, menyatakan suatu hal yang telah dipelajari, dan memberikan pertanyaan selanjutnya. Terakhir, penelitian kualitatif mengadopsi dan menggunakan satu atau lebih strategi yang akan digunakan sebagai pedoman untuk prosedur dalam penelitian kualitatif.

Dengan demikian, penelitian ini hanya mendeskripsikan dan mengkonstruksi wawancara-wawancara mendalam terhadap subjek penelitian, sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi *integrated marketing communication* Lubana Sengkol Outbound dalam menarik minat pengunjung.

3.2 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan sebagai konstelasi konsep, nilai-nilai persepsi dan praktek yang dialami bersama oleh masyarakat, yang membentuk visi khusus tentang realitas sebagai dasar tentang cara mengorganisasikan dirinya. Moleong (2010, h. 48) menyebutkan paradigma penelitian sangatlah penting dalam penelitian kualitatif. Ketika seseorang ingin memulai penelitian, secara sadar maupun tidak Ia akan memandang sebuah peristiwa. Cara pandang inilah yang kemudian disebut sebagai paradigma.

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivistik. Paradigma yang digunakan adalah paradigma post positivistik yaitu perbaikan positivistik. Secara ontologis aliran post positivistik bersifat *critical realism* artinya realitas itu memang ada, tetapi tidak akan pernah dapat dipahami sepenuhnya. Artinya post-

positivistik bergantung pada konteks *value*, kultur, tradisi, kebiasaan, keyakinan, natural, dan lebih manusiawi. Salah satu indikator yang membedakan antara keduanya bahwa post positivistik lebih mempercayai proses verifikasi terhadap suatu temuan hasil observasi melalui berbagai macam metode. Dengan demikian suatu ilmu memang betul mencapai objektivitas apabila telah diverifikasi oleh berbagai kalangan dengan berbagai cara. Hubungan peneliti dengan realitas bersifat interaktif, untuk itu perlu menggunakan prinsip triangulasi yaitu bermacam-macam metode, sumber data, dan lain-lain.

Pemilihan paradigma ini dilandasi karena penelitian ini bersifat eksploratori, tidak mengenal variabel, tidak mementingkan konteks, dan bukan untuk menguji teori. Penelitian yang diteliti juga menggunakan pendekatan kualitatif dengan harapan hasil temuan tersebut berupa paparan secara rinci dan mendalam. Peneliti tidak menggunakan paradigma alternatif kritis, karena hasil yang diharapkan adalah pemaparan secara deskriptif dan bukan kritis untuk pembuatan teori yang baru. Dari alasan-alasan tersebutlah peneliti menggunakan paradigma post positivistik sebagai dasar penelitian..

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan bagian penting di dalam sebuah penelitian. Metode adalah cara yang digunakan dalam penelitian, sehingga metode penelitian penting diperhatikan karena dapat menentukan ke mana penelitian akan dilakukan dan ke mana tujuan penelitian tersebut.

Dalam metode penelitian kualitatif, menurut Creswell (2009) ada lima strategi kualitatif yang salah satunya digunakan oleh peneliti adalah studi kasus. Studi kasus merupakan strategi penelitian yang didalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu (Creswell, 2009, h. 19-21).

Dalam penelitian ini digunakan pendekatan studi kasus sebagai bagian dari penelitian kualitatif. Studi kasus berfokus pada spesifikasi kasus dalam suatu kejadian baik itu yang mencakup individu, kelompok budaya, ataupun suatu potret kehidupan. Selama tiga dekade, studi kasus telah didefinisikan oleh lebih dari 25 ahli. Creswell (2009, h. 21) mengatakan bahwa studi kasus merupakan strategi penelitian di mana di dalamnya peneliti menyelidiki secara cermat suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau sekelompok individu.

Peneliti akan meneliti dan menguraikan perencanaan IMC yang dilakukan oleh Lubana Sengkol Outbound. Untuk mendapatkan hasil yang komprehensif, peneliti diharuskan untuk mencari data yang komprehensif dari berbagai aspek. Semua ini dilakukan untuk dapat menggambarkan objek penelitian. Sifatnya khusus, karena itu meskipun fokus pada satu objek penelitian, penelitian ini akan menghasilkan sebuah analisis yang komprehensif dan mendalam.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang biasanya dilakukan dalam penelitian. Kegiatan pengumpulan data merupakan prosedur yang harus dilakukan dalam penelitian untuk menentukan baik tidaknya penelitian tersebut. Seorang

peneliti harus memperoleh data yang relevan, artinya data yang ada kaitannya langsung dengan masalah yang diteliti dan mutakhir, artinya data yang diperoleh masih hangat dibicarakan dan diusahakan dari orang pertama (Kriyantono, 2014, h. 95).

Metode pengumpulan data ini sangat ditentukan oleh metodologi riset, apakah kuantitatif atau kualitatif. Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi kualitatif ini adalah wawancara, observasi (*field observations*), dan kajian dokumen.

3.4.1 Data Primer

Untuk mendapatkan data, peneliti menggunakan teknik wawancara untuk menggali informasi dan mendapatkan informasi secara komprehensif mengenai strategi Lubana Sengkol Outbound dalam menarik minat pengunjung, dengan informannya berasal dari pihak Lubana Sengkol Outbound.

a) Wawancara Kualitatif

Wawancara kualitatif adalah wawancara yang dilakukan oleh peneliti baik secara langsung (*face to face*), telepon atau media lainnya, maupun terlibat langsung dalam suatu kelompok tertentu yang terdiri dari enam sampai delapan responden. Pertanyaan yang diberikan dalam wawancara kualitatif umumnya bersifat tidak terstruktur (*unstructured*) dan bersifat terbuka (*openended*) yang dengan sengaja diciptakan untuk memunculkan pandangan maupun opini dari para responden wawancara (Creswell, 2009, h. 267).

b) Observasi Kualitatif

Observasi kualitatif adalah observasi yang dilakukan oleh peneliti dengan cara turun langsung ke lokasi untuk mengamati segala perilaku dan aktivitas yang ingin diteliti. Peneliti mencatat dan atau merekam proses observasi berupa aktivitas-aktivitas dalam lokasi penelitian baik terstruktur maupun semistruktur yaitu dengan mengajukan sejumlah pertanyaan kepada responden sebagai proses pengumpulan data. Peneliti kualitatif dapat terjun langsung menjadi partisipan untuk mengumpulkan data, atau hanya menjadi non-partisipan (pengamat) (Creswell, 2009, h. 267).

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada riset kualitatif. Ini mencakup interaksi (perilaku) dan percakapan yang terjadi di antara subjek yang diteliti. Sehingga keunggulan metode ini adalah data yang dikumpulkan dalam dua bentuk yakni interaksi dan percakapan. Artinya, selain perilaku non verbal juga mencakup perilaku verbal dari orang-orang yang diamati. Hal ini antara lain mencakup apa saja yang dilakukan, perbincangan apa saja yang dilakukan.

Observasi bertujuan untuk menjelaskan, memberikan dan mencari gejala yang terjadi, mengamati secara langsung objek yang diteliti, sehingga memperoleh data yang diperlukan. Hal yang diamati dalam penelitian ini ialah strategi *integrated marketing communication* Lubana Sengkol Outbound dalam menarik minat pengunjung.

3.4.2 Data Sekunder

Selain menggunakan data primer yang didapat melalui wawancara dan observasi, penelitian ini juga akan menggunakan data sekunder sebagai data tambahan pendukung dari data primer tersebut. Data sekunder akan didapatkan melalui dokumen-dokumen yang dimiliki oleh Lubana Sengkol Outbound terkait komunikasi pemasaran terpadu yang dijalankannya.

Menurut Sugiyono (2005, h. 62), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

3.5 Key Informan & Informan

Dalam setiap penelitian, ada sumber informasi utama dan sumber informasi pendukung untuk melengkapi data-data yang dibuat peneliti. Pertama adalah *key informan*. Moleong (2010, h. 132) mengatakan *key informan* adalah sumber informasi kunci, artinya semua informasi utama yang dibutuhkan peneliti bersumber dari *key informan*. Kemudian, data yang diberikan oleh *key informan* ini didukung oleh data yang diberikan oleh *informan*.

Moleong (2010, h. 132) mengatakan, *informan* ialah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar

penelitian. Jadi, informan harus memiliki banyak pengalaman tentang latar penelitian..

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa informan untuk mengumpulkan informasi. Pihak yang dijadikan key informan dan informan adalah :

Jenis Informan	Nama	Jabatan	Alasan Pemilihan
<i>Key Informan</i>	M. Roziano	<i>Marketing Manager</i>	Berkaitan dengan konsep yang digunakan dalam penelitian ini, Informan kunci dipilih berdasarkan posisinya sebagai eksekutor pelaksanaan IMC. Dalam buku yang ditulis Belch & Belch mengenai langkah perencanaan IMC, informan ahli ini melingkupi semua tahapan. Meskipun bertugas pada ranah taktis, namun informan ahli terlibat dalam dalam pembuatan keputusan secara langsung.
Informan Pendukung	Yuda Hidayat	<i>General Manager</i>	Kaitannya dengan konsep 7 perencanaan IMC Belch & Belch,

			informan adalah pihak yang menguasai analisis situasi di awal perencanaan. Implementasinya, informan ini adalah pihak yang membuat keputusan strategi pada tataran manajemen.
Informan Pendukung	M. Heydar	Ekspert di bidang <i>Tour & Travel Department</i>	Pemilihan ekspert di bidang <i>Tour and Travel</i> ini jika dikaitkan dengan objek penelitian dan perencanaan IMC, ekspert ini menguasai industri pariwisata khususnya di bidang <i>experiential learning</i> .

Selain itu, ada juga informan pendukung dalam penelitian ini. Informan pendukung terkait penelitian ini ialah M. Heydar selaku ekspert di bidang *Tour & Travel Department*. Alasan dipilihnya M. Heydar sebagai informan pendukung ialah karena beliau pernah menjabat sebagai *Head of Tour & Travel* di Akademi Pariwisata Trisakti, dan sekarang aktif di bidang *Experiential Learning*. Informan ini juga menguasai langkah-langkah perencanaan komunikasi pemasaran di bidang pariwisata.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data adalah menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan atau dibayangkan (Kriyantono, 2014, h. 71).

Pemeriksaan keabsahan data sangat diperlukan pada penelitian kualitatif ini. Pada penelitian yang dilakukan ini menggunakan teknik menguji dan memastikan hasil temuan yang didapat dari data-data yang ada. Teknik umum pengujian keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi.

Menurut Kriyantono triangulasi merupakan suatu cara untuk menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Sehingga jawaban yang ada diperbandingkan kembali atau *cross-check* dengan dokumen yang ada. Dijelaskan pula bahwa dalam triangulasi ada beberapa macam triangulasi seperti triangulasi sumber, triangulasi waktu, triangulasi teori, triangulasi periset, dan juga triangulasi metode, namun yang akan digunakan oleh penulis sebagai acuan adalah triangulasi.

Menurut Kriyantono (2014, h. 72) triangulasi sumber adalah membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, dan membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi.

Menurut Paton dalam Moleong (2010, h. 330), triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Dan hal ini dapat diperoleh melalui langkah-langkah sebagai berikut :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan persepektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang
5. Dan juga membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu pustaka yang berkaitan.

Berdasarkan hal di atas maka dapat dikatakan bahwa validitas pada penelitian kualitatif ini mengacu pada suatu hal yang masuk akal berdasarkan eksistensi ilmu pengetahuan dan kepercayaan terhadap suatu fenomena yang terjadi.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak pengumpulan data dan dikerjakan secara seksama selama di lapangan maupun setelah dari lapangan. Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat

dikelola, mensintesiskannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain (Moleong, 2010, h. 248).

Metode analisis yang digunakan adalah model analisis interaktif. Miles dan Huberman membagi langkah-langkah dalam kegiatan analisis data dengan beberapa bagian yaitu pengumpulan data (*data collection*), reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan penarikan kesimpulan atau verifikasi (*conclutions*). Keempat kegiatan dalam analisis ini adalah:

1. Pengumpulan Data

Pada analisis model pertama dilakukan pengumpulan data hasil wawancara, hasil observasi, dan berbagai dokumen berdasarkan kategorisasi yang sesuai dengan masalah penelitian yang kemudian dikembangkan penajaman data melalui pencarian data selanjutnya.

2. Reduksi data (*Data reductional*)

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa sehingga simpulan final dapat ditarik dan diverifikasi (Miles dan Huberman, 2007, h. 16).

Penelaah kembali seluruh catatan hasil pengumpulan data. Dapat diartikan sebagai proses pemilihan, pemusat perhatian pada penyederhanaan data kasar yang muncul dalam catatan-catatan tertulis dilapangan yang berlangsung secara

terus menerus selama penelitian. Dengan demikian, pada tahap ini diperoleh hal-hal pokok berkaitan dengan fokus penelitian.

3. Penyajian data (*Data display*)

Sajian data adalah suatu rangkaian organisasi informasi yang memungkinkan kesimpulan riset dapat dilakukan. Penyajian data dimaksudkan untuk menemukan pola-pola yang bermakna serta memberikan kemungkinan adanya penarikan simpulan serta memberikan tindakan (Miles dan Huberman, 2007, h. 84). Dengan kata lain, kegiatan penyusunan hal-hal pokok dan pola yang sudah dirangkum secara sistematis sehingga diperoleh secara jelas dan mudah dalam pengambilan kesimpulan.

Dengan penyajian data ini, peneliti akan mampu memahami apa yang sedang terjadi dan apa yang harus dilakukan berdasarkan pemahaman tentang penyajian data.

4. Pengambilan kesimpulan

Penarikan Kesimpulan merupakan bagian dari suatu kegiatan konfigurasi yang utuh (Miles dan Huberman, 2007, h. 18). Upaya untuk mencari makna dari data yang dikumpulkan dan memantapkan kesimpulan dengan apa yang dilakukan selama dan sesudah data dikumpulkan. Dengan demikian proses verifikasi merupakan upaya mencari makna data yang telah dikumpulkan dengan mencari pola, tema, hubungan dan sebagainya.

3.8 Fokus Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti diharuskan untuk membatasi penelitiannya. Peneliti adalah pihak yang merdeka karena dapat melakukan penelitian sesuai apa yang dikehendakinya, namun pada satu sisi peneliti juga memiliki keterbatasan. Di antaranya adalah keterbatasan waktu, keterbatasan kemampuan, dan keterbatasan biaya. Penelitian ini berfokus pada strategi dan pelaksanaan IMC yang dilakukan oleh Lubana Sengkol Outbound, dengan menggunakan strategi perencanaan komunikasi pemasaran terpadu menurut George E. Belch & Michael A. Belch, yang terdiri dari beberapa tahap, antara lain:

1. *Review Of Marketing Plan*
2. *Analysis Of Promotional Program Situation*
3. *Analysis Of Communication Process*
4. *Budget Determination*
5. *Developing Integrated Marketing Communication Program*
6. *Integrate And Implement Marketing Communication Strategy*
7. *Monitoring, evaluation, And Control*

Perencanaan komunikasi pemasaran terpadu yang diperkenalkan George E. Belch & Michael A. Belch merupakan proses dari perencanaan hingga evaluasi komunikasi pemasaran terpadu untuk membuat strategi dan program komunikasi pemasaran. Penggunaan strategi ini bertujuan untuk menarik minat pengunjung Lubana Sengkol Outbound.