



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

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif, arti secara umum kualitatif adalah dideskripsikan dengan kata-kata tidak menggunakan angka. Menurut Moleong (2010, p. 4) pendekatan kualitatif adalah data deskriptif yang tertulis berupa kata atau lisan dari beberapa individu yang diamati atau diteliti. Tujuan dari riset kualitatif adalah menjelaskan suatu fenomena sedalam-dalamnya dari beberapa data yang sudah dikumpulkan sebanyak mungkin (Kriyantono, 2009, p. 194). Pendekatan penelitian deskriptif kualitatif menggambarkan realitas yang sedang terjadi di dunia nyata (Kriyantono, 2009, 67). Maksud dari pengertian di atas adalah pendekatan kualitatif sesuai dengan fakta-fakta sedang terjadi di tempat penelitian dan dideskripsikannya kembali dengan kata-kata dan gambar yang nyata.

Paradigma adalah keyakinan yang menjadi pedoman atau acuan dalam suatu penelitian yang sedang diteliti (Ghozali, 2016, p. 13). Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma post-positivistik. Menurut Creswell (2013, p. 24) post-positivistik terdapat unsur-unsur seperti reduksionis, logis, mempunyai sifat empiris, mengarah pada sebab-akibat. Peneliti menggunakan paradigma post-positivistik karena penelitian ini mengarah pada sebab-akibat. Untuk sebab terlihat dari perencanaan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk

menarik konsumen baru, dan untuk akibatnya terlihat dikeberhasilan perusahaan pada perencanaan komunikasi pemasaran tersebut.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian menurut Mulyana (2013, p. 145) adalah proses pendekatan dalam mengkaji topik yang terdapat dalam penelitian. Metode yang dipilih untuk digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus dengan tipe observasi. Berikut beberapa penjelasan tentang metode studi kasus menurut Mulyana (2013, p. 201):

1. Studi kasus memiliki sifat terbuka untuk penilaian tentang konteks yang sedang berperan sebagai hal pemaknaan terhadap fenomena yang ada di konteks tersebut.
2. Studi kasus merupakan bagian yang menyajikan sebuah pandangan terhadap subjek yang sedang diteliti oleh peneliti.

3. Studi kasus adalah sebuah sarana yang sangat efektif dan mudah untuk mendapatkan informasi dalam menunjukkan hubungan si peneliti dengan responden. Peneliti memilih studi kasus tipe observasi karena ingin mendapatkan informasi sedalam-dalamnya dengan melakukan observasi langsung terhadap perusahaannya, untuk menelaah *marketing communication* yang sudah dilakukan oleh perusahaan PT Esta Kapital Fintek. Kemudian untuk mendapatkan data yang detail dan komprehensif, peneliti harus mempelajari atau membaca ulang apa saja perencanaan komunikasi pemasaran (*marketing communication strategy*) PT Esta Kapital Fintek.

3.3 Key Informan dan Informan

Dalam bagian ini, key informannya adalah Direktur Operasional dan Human Capital dan untuk Informan ada Direktur Utama, Business Development, Content Writer dan Graphic Designer. Kemudian, untuk mengumpulkan data dilakukan wawancara terhadap narasumber yang sudah ditentukan. Tujuan penentuan key informan adalah untuk satu tujuan agar mendapatkan semua informasi yang diinginkan sesuai kebutuhan (Sugiyono, 2014, p. 299). Di bawah ini merupakan beberapa narasumber yang terlibat untuk dilakukan wawancara:

1. **Direktur Operasional dan Human Capital** Direktur Operasional dan Human Capital PT Esta Kapital Fintek yang diwawancara bernama Betharia Harini. Alasannya adalah Direktur Operasional dan Human Capital memiliki tanggung jawab dalam kegiatan proses perencanaan komunikasi pemasaran ini. Lalu seluruh kegiatan yang diberikan pada departemen yang bersangkutan dalam kegiatan ini, dibuat oleh Direktur Operasional dan Human Capital ini. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui kegiatan apa saja dan bagaimana cara perencanaannya dari Betharia Harini selaku Direktur Operasional dan Human Capital.
2. **Direktur Utama** Direktur Utama PT Esta Kapital Fintek yang diwawancara bernama Yefta Surya Gunawan. Alasan memilih Direktur Utama adalah untuk mengetahui lebih lanjut tentang proses perkembangan dan informasi lain mengenai proses perencanaan komunikasi pemasaran pada perusahaan PT Esta Kapital Fintek ini.
3. **Business Development**: Business Development yang diwawancara adalah

Mutiara, alasannya memilih Business Development karena departemen ini tentunya memiliki tugas untuk mengembangkan bisnis tekfinnya sesuai dengan nama departemennya tersebut. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang kegiatan proses perencanaan komunikasi pemasaran melalui Busintess Development.

4. Content Writer:

Content Writer yang diwawancara bernama Roni Budi, yang bertugas sebagai Content Writer PT Esta Kapital Fintek. Sesuai dengan nama departemennya Roni Budi lebih mengarah ke menulis konten tentang informasi perusahaan atau yang lainnya untuk mengembangkan perusahaannya tersebut.

5. Graphic Designer: Graphic Designer yang diwawancara bernama Bian Pranama. Sesuai dengan nama departemen tentunya narasumber ini berkaitan dengan gambar atau desain. Maka dari itu, peneliti melakukan wawancara dengan Bian Pranama untuk mendapatkan informasi lebih tentang bagaimana mengelola sajian visualnya.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2013, p. 224) tujuan utama untuk penelitian ini untuk mendapatkan data-data atau informasi lengkap tersebut. Langkah ini merupakan langkah yang strategis. Menurut Suharsaputra (2014, p. 208) data yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dengan pendekatan kualitatif berupa kata atau dideskripsikan tidak berupa angka. Dideskripsikan secara rinci atau lengkap tetapi sebelum itu dilakukan analisis terlebih dahulu.

Ada dua cara untuk pengumpulan data, yaitu sebagai berikut:

1. Data Primer: Menurut Ruslan (2010, p. 29) data primer adalah data atau hasil yang didapatkan secara langsung dari yang diteliti bisa dari individu, kelompok, atau organisasi. Dalam pencarian data primer, dilakukan dengan cara turun ke lapangan untuk mendapatkan data atau informasi yang lengkap melalui wawancara narasumber pada perusahaan PT Esta Kapital Fintek. Wawancara: Menurut Kriyantono (2009, p. 98) proses wawancara ini adalah suatu proses percakapan yang terjadi di antara dua individu yaitu peneliti dengan informan. Lalu, ada beberapa alasan tersendiri terkait dalam penggunaan wawancara ini (Abdurrahman & Muhidin, 2011, p. 89-90):

- a) Bisa dilakukan oleh semua kalangan tanpa adanya batasan usia
- b) Bisa dilakukan tetapi sumber utama dan kunci sesuai dengan kriteria atau pilihan peneliti.
- c) Sifatnya lebih ke fleksibel dan dinamis.

Kemudian, dalam wawancara ini ada wawancara biasa dan wawancara mendalam (*depth interview*). Untuk penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam. Menurut Kriyantono (2009, p. 100) teknik wawancara mendalam adalah key informan dan informan bebas mengungkapkan jawaban dari pikirannya atau bebas dalam merespon pertanyaan dari peneliti. Berikut ada lima karakteristik untuk teknik wawancara mendalam (Kriyantono, 2009, 100-101):

1. Tidak tergantung dengan berapa banyaknya sumber atau informan yang diteliti dalam wawancara mendalam ini, karena untuk mengakhiri proses teknik wawancara

mendalam hanya di saat informasi yang dibutuhkan sudah ada atau data yang terkumpul dari sumber atau informan sudah menjadi jenuh baru proses teknik wawancara mendalam ini dihentikan.

2. Di setiap jawaban yang diberikan oleh informan harus ada latar belakang untuk sebuah alasan di setiap jawaban.

3. Saat proses wawancara sedang berlangsung dalam teknik wawancara mendalam ini, tidak hanya memberi perhatian ke jawaban verbal dari informan tetapi juga harus melihat dari observasi non verbal. Harus dilihat dari dua sisi bukan satu sisi saja.

4. Wawancara mendalam bisa dilakukan berulang-ulang jika informasi yang didapat belum memenuhi, atau bisa saja wawancara mendalam ini melakukan hidup bersama informan tersebut untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam.

5. Suasana wawancara atau iklim wawancara dalam teknik ini harus diperhatikan juga, karena kalau suasananya masih tidak terlihat kondusif maka proses wawancara harus dihentikan tetapi kalau sebaliknya suasana terlihat kondusif maka prosesnya harus berlanjut.

Jadi, dalam penelitian wawancara mendalam ini yang bisa simpulkan peneliti akan mendapatkan informasi sedalam-dalamnya dengan cara menggunakan teknik ini. Lalu, walaupun peneliti ingin menggunakan teknik wawancara mendalam, harus melihat suasana yang ada terlebih dahulu sebelum melakukan wawancara walaupun teknik ini terlihat bebas dan tidak terstruktur.

2. Data Sekunder:

Selain mengambil informasi dengan data primer, ada juga data sekunder atau data yang sudah ada dari perusahaan yang sudah dipublikasikan. Data sekunder adalah informasi yang berbentuk sudah tersedia atau dari yang sudah dipublikasikan oleh perusahaan atau organisasi (Ruslan, 2013, p. 30). Biasanya data sekunder ini bisa diambil dari dokumentasi-dokumentasi yang sudah dimiliki oleh PT Esta Kapital Fintek ini. Data sekunder bertujuan untuk menambah bukti-bukti yang sudah ada dari data primer, atau pendukung biasanya berupa gambar, video, atau lampiran dokumen dari perusahaan. Data ini bisa dikatakan sebagai pelengkap data primer agar terlihat secara lebih nyata.

Arti dari teknik dokumentasi itu sendiri adalah catatan tentang sebuah peristiwa yang sudah lewat atau sudah berlalu. Biasanya bisa berbentuk gambar, tulisan, atau karya dari seseorang. Teknik dokumentasi ini berperan sebagai pelengkap dari teknik wawancara dan observasi (Sugiyono, 2013, p. 240).

3.5 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, menggunakan teknik triangulasi atau teknik yang membandingkan dari hasil penelitiannya dengan hasil yang sudah ada di teknik keabsahan data ini. Menurut Moleong (2010, p. 330) teknik triangulasi adalah pemeriksaan terhadap data yang sudah diteliti, dengan cara memanfaatkan data lain untuk memeriksa hasil data penelitiannya tersebut. Ada lima cara untuk melakukan pemeriksaan atau pengecekan ulang dari teknik triangulasi ini, sebagai

berikut (Moleong, 2013, p. 331)

1. Membandingkan hasil data penelitiannya yang diamati sendiri dengan hasil wawancara.
2. Membandingkan yang dikatakan oleh orang lain dengan yang dilihat atau dipikirkan sendiri.
3. Membandingkan yang dikatakan publik tentang data hasil penelitian ini, dengan hari biasanya bukan hasil penelitian.
4. Membandingkan dari beberapa perspektif dari orang sekitar, contohnya dari orang biasa seperti rakyat, yang sudah berpendidikan, sampai yang memiliki jabatan tinggi seperti pemerintah.
5. Membandingkan hasil data wawancara yang sudah dilakukan dengan data dokumen perusahaan atau dokumen yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini, akan dilakukan dengan teknik triangulasi karena peneliti ingin membandingkan hasil wawancara yang sudah dilakukan dalam PT Esta Kapital Fintek dengan data seperti data dari perusahaan. Antara lain, seperti dibandingkan dengan kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh PT Esta Kapital Fintek yang dibuat dengan proses perencanaan komunikasi pemasaran.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dari menelaah seluruh data yang sudah tersedia, seperti data wawancara, dokumen pribadi, dokumen perusahaan. Dalam teknik analisis data, peneliti menggunakan teknik dari Miles and Huberman. Ada

beberapa langkah untuk melakukan teknik analisis data ini, sebagai berikut (Sugiyono, 2013, p. 430-431):

1. *Data Reduction* (Tahap Reduksi): Arti dari reduksi data yaitu merangkum atau rangkuman. Dengan cara memusatkan perhatian pada data yang ada seperti pemilihan, penyederhanaan, data kotor dari beberapa catatan di lapangan dan sebagainya. Tujuan dari data reduksi adalah menajamkan data, mengambil inti sari data atau buang yang tidak perlu, dan menggolongkan.

2. *Data Display* (Penyajian Data): Dalam hal ini, peneliti harus mengetahui bagaimana cara menyajikan data, berupa bentuk uraian, singkat, naratif, bagan, atau dikategorikan. Dengan tujuan untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis data yang sudah ada.

3. *Conclusion Drawing/Verification* (Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi): Di tahap ini, bertujuan untuk melihat hasil analisis tersebut benar atau tidak yang nantinya akan berpengaruh kepada kesimpulan yang akan dibuat. Caranya adalah didukung dengan beberapa bukti penelitian yang sudah ada dan konsisten di tahap sebelumnya yaitu pengumpulan data, maka dari itu peneliti dapat membuat kesimpulan yang terpercaya.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A