



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Baker dalam Moleong (2004, p. 49) mendefinisikan paradigma sebagai seperangkat aturan yang (1) membangun atau mendefinisikan batas-batas; dan (2) menjelaskan bagaimana sesuatu harus dilakukan dalam batas-batas itu agar berhasil. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif, dimana menurut Creswell, metode deskriptif-kualitatif termasuk paradigma penelitian post-positivistik. Asumsi dasar yang menjadi inti paradigma penelitian post-positivisme menurut Ardianto (2016, p. 60-61) adalah:

1. Pengetahuan bersifat konjekturan dan tidak berlandaskan apa pun. Kita tidak akan pernah mendapatkan kebenaran absolut. Untuk itu, bukti yang dibangun dalam penelitian seringkali lemah dan tidak sempurna. Karena itu, banyak peneliti berujar bahwa mereka tidak dapat membuktikan hipotesisnya, bahkan tidak jarang mereka gagal untuk menyangkal hipotesisnya.
2. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim, kemudian menyaring sebagian klaim tersebut menjadi klaim-klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
3. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti, dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya, peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan

instrumen pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.

4. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu persoalan. Dalam penelitian kuantitatif, membuat relasi antarvariabel dan mengemukakan dalam pertanyaan dan hipotesis.
5. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap objektif. Para peneliti harus menguji kembali metode dan kesimpulan yang sekiranya mengandung bias. Untuk itulah penelitian kuantitatif dilakukan. Dalam penelitian kuantitatif, standar validitas dan reliabilitas menjadi dua aspek penting yang wajib dipertimbangkan oleh peneliti.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini adalah penelitian berjenis kualitatif yang bersifat deskriptif. Menurut Strauss dan Corbin dalam (Wiratna Sujarweni, 2014, p. 19) menjelaskan bahwa:

“Penelitian Kualitatif adalah jenis penelitian yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur - prosedur statistik atau cara - cara lain dari kuantifikasi (pengukuran)”.

Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, fungsionalisasi organisasi, aktivitas sosial dan lainnya.

Sementara sifat penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat penjelasan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta - fakta dan objek tertentu (Kriyantono, 2012, p. 69). Hal ini sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian ini untuk mengetahui strategi *marketing* dalam menyelenggarakan *event* karena metode ini bisa lebih mengeksplorasi lebih dalam dibandingkan dengan menggunakan metode kuantitatif.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan metode studi kasus karena penelitian ini perlu untuk menjelaskan pertanyaan-pertanyaan yang mempertanyakan “kenapa” dan bagaimana”. Seperti yang dijelaskan oleh Yin bahwa metode penelitian studi kasus merupakan sebuah metode yang relevan digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan yang sifatnya luas dan cukup dalam (2014, p. 34). Dalam memanfaatkan metode studi kasus maka sebuah penelitian harus bisa mengembangkan pertanyaan yang berkaitan dengan “kenapa” dan “bagaimana” untuk dapat mendapatkan data rasional yang sesuai dan dibutuhkan dalam penelitian tersebut (Yin, 2014, p. 43).

Dapat dikatakan bahwa, penelitian studi kasus menjawab pertanyaan penelitian secara lebih menyeluruh dan komprehensif. Dengan sifat penelitian deskriptif, metode studi kasus dianggap paling mendekati dan cocok dalam penelitian ini. Metode ini nantinya akan digunakan untuk menjelaskan secara lebih lanjut dan rinci bagaimana strategi *Marketing* yang digunakan pada *event* FLEI.

3.4 *Key Informan dan Informan*

Pemilihan informan atau narasumber untuk menjadi sumber data harus dilakukan melalui prinsip-prinsip penting yang akan berpengaruh terhadap penelitian dan informan itu sendiri. Informan sendiri berarti orang yang memberikan informasi.

Berikut adalah informan – informan yang akan digunakan dalam penelitian ini:

Key Informan :

1. Marzuki Herry - *Project Manager FLEI*

Marzuki Herry adalah *Project Manager* dari *Event FLEI* yang telah memegang penuh atas *event* ini selama kurang lebih 3 tahun. Selama beliau menjabat, FLEI telah banyak menggandeng beberapa lembaga hingga instansi pemerintah guna mendukung penuh acara yang telah berumur 17 tahun ini. Tentu saja kehadiran Marzuki Herry dalam tim sangat penting dalam mengambil langkah mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan *event*. Data yang diambil tentu saja adalah bagaimana strategi *marketing* yang diarahkan dan diharapkan agar dapat diimplementasikan untuk menunjang kesuksesan *event FLEI*.

2. Sharon Sunaryo - *Marketing FLEI*

Sharon Sunaryo merupakan *Marketing* pada tim FLEI, dimana perannya cukup besar dalam mengelola pemasaran *event FLEI* sehingga meningkatkan publisitas dari *event* itu sendiri. Penulis

membutuhkan beliau dalam mengetahui bagaimana strategi *marketing* secara langsung yang beliau susun dan terapkan dalam menunjang *event* FLEI.

Informan Ahli :

Endah Sri Ratri - *Head of Corporate Marketing*

Endah Sri Ratri merupakan alumni dari The Boston Consulting Group sebagai *Marketing Coordinator*. Sekarang beliau merupakan *Marketing Corporate* dari PT. Reed Panorama Exhibitions. Informan ini akan berperan memberikan gambaran mulai secara luas hingga spesifik tentang *marketing* terutama pada *event* FLEI.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa metode seperti berikut:

1. Wawancara

Teknik pengumpulan data pertama yang dilakukan adalah wawancara. Wawancara, yaitu teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam (Ardianto, 2016, p. 178).

2. Studi Dokumen

Teknik pengumpulan data yang kedua adalah studi dokumen, yang berarti pengumpulan data yang berasal dari catatan peristiwa yang sudah berlalu, seperti dalam bentuk tulisan, gambar, dan karya - karya

monumental dari seseorang (Sugiyono, 2015, p. 329). Dalam penelitian ini studi dokumen yang dilakukan adalah buku - buku, jurnal, skripsi, artikel, dan lain sebagainya untuk mendapatkan data - data yang diperlukan.

3.6 Keabsahan Data

Penelitian ini akan menggunakan metode triangulasi untuk pengujian kredibilitas dan keabsahan datanya. (Sugiyono, 2015, p. 372) menyampaikan bahwa triangulasi merupakan metode pengujian kredibilitas yang digunakan untuk pemeriksaan data yang berasal dari berbagai sumber, cara, dan waktu.

Triangulasi yang akan digunakan dalam penelitian ini berasal dari sumber. Triangulasi sumber digunakan dengan cara memeriksa data melalui beberapa sumber berbeda yang memiliki latar belakang berbeda, untuk mendapatkan pandangan yang sama, berbeda, dan spesifik dari tiga sumber tersebut (Sugiyono, 2015, p. 373).

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan & Biklen dalam Moleong (2010, p. 248) mengatakan bahwa:

“Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang diceritakan kepada orang lain”.

Peneliti akan menggunakan teknik komparatif konstan. Menurut

(Kriyantono, 2012, p. 198) beginilah tahapan-tahapan analisis menggunakan teknik komparatif konstan :

1. Menempatkan kejadian-kejadian (data) ke dalam beberapa kategori. Kategori-kategori tersebut harus dibandingkan satu dengan yang lainnya nantinya.
2. Memperluas kategori, sehingga didapat kategori dengan data yang sama dan tidak tumpang tindih satu dengan yang lainnya.
3. Mencari hubungan antar kategori.
4. Menyederhanakan dan mengintegrasikan data ke dalam struktur teoritis yang koheren, dengan kata lain masuk akal dan saling berkaitan satu sama lain.