

### **3. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Menurut McMillan & Schumacher, 2003 yang di kutip oleh Soerjasih, Kinasih, Anggaunitakiranantika, & Haryono (2017) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan investigasi, dengan cara bertatap muka secara langsung dan mengalami interaksi dengan orang di suatu tempat penelitian. Penelitian kualitatif digunakan untuk melakukan penyelidikan, memberikan gambaran, dan ciri khas dari suatu penelitian yang tidak dapat dilakukan oleh metode kuantitatif.

Soerjasih, et al (2017) mengemukakan bahwa metode penelitian ini memiliki sifat deskriptif yang mampu menjelaskan sebuah kejadian atau keadaan. Peneliti menggunakan metode ini karena permasalahan yang akan diteliti bersifat kompleks dan penuh dengan makna. Dengan ini, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui secara mendalam mengenai sebuah adaptasi dan strategi pemasaran dari Juno Production dalam mengatasi permasalahannya mengenai pemasukan atau omset yang terkena dampak karena adanya pandemi.

#### **3.1 RUANG LINGKUP PENELITIAN**

Peneliti membatasi ruang lingkup dalam penelitian ini. Ruang lingkup dipercaya mampu membatasi Peneliti dan membantu Peneliti agar penelitian terus bertujuan dan meneliti masalah yang ingin dibahas. Rumusan masalah atau fokus penelitian peneliti pada tulisan ini adalah bagaimana Juno Project mampu melakukan adaptasi pemasaran. Sehingga, peneliti tetap berada di jalur yang sesuai dengan penelitian yang ingin dilakukan.

#### **3.2 TEKNIK PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan teknik wawancara atau *interview* sebagai sumber datanya. Edi (2016) mengatakan bahwa wawancara adalah sebuah teknik untuk mendapatkan sebuah data atau informasi. Wawancara

merupakan sebuah proses mendapatkan keterangan atau informasi demi sebuah tujuan. Tujuan dari wawancara adalah mencari sebuah fakta, memberikan informasi, konseling, dan demonstrasi tentang suatu hal atau kegiatan.

### 3.3 SUBJEK PENELITIAN

Subjek dari penelitian ini dengan metode wawancara atau *interview* telah ditentukan. Dimana yang telah ditentukan mampu untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan, terlibat dengan kegiatan yang terjadi, memiliki waktu yang lebih, memberikan informasi sesuai fakta, dan mau membagikan informasi tersebut kepada peneliti. Subjek ini dipilih untuk membantu kemudahan peneliti dalam melakukan sebuah penelitian dan mendapatkan hasil yang memuaskan bagi peneliti. Subjek yang dipilih merupakan seseorang yang menjadi sumber informasi yang mengalami kegiatan yang terjadi yaitu bagian pemasaran dari Juno Production.

### 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Menurut Harsasi (2014) beberapa teknik untuk pengumpulan data dengan melakukan wawancara yang berstruktur dan tidak berstruktur, melakukan observasi partisipasi dan juga yang non partisipasi. Analisis data juga dilaksanakan ketika peneliti masih di lapangan maupun setelah tidak di lapangan. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode berikut:

a. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi mengenai hal-hal yang dilakukan narasumber dalam mengatasi situasi yang terjadi. Penelitian ini, wawancara akan dilakukan dengan Brian May yang bertanggung jawab dalam pemasaran di Juno Production, dan Benny Lim selaku founder dari Juno Production. Beberapa pertanyaan yang akan ditanyakan adalah apa perkembangan dari sebelum dan sesudah pandemi yang terjadi,

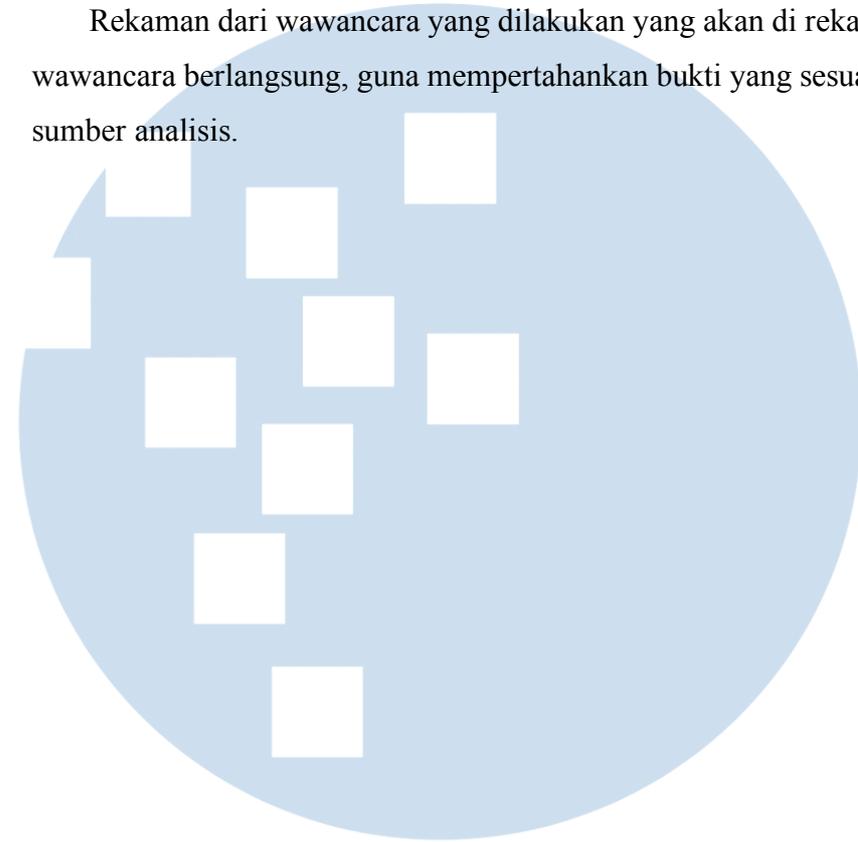
contoh strategi pemasaran yang dilakukan, dampak yang dirasakan, dan beberapa pertanyaan lainnya. Adapun pedoman wawancaranya adalah:

1. Apa yang dilakukan Juno Production Ketika pandemic dimulai?
2. Ada perbedaan antar *marketing* sebelum dan sesudah pandemic?
3. Jenis *marketing* apa yang dilakukan di Juno?
4. Mulai dari kapan inovasi *marketing* mulai dikembangkan? Apa sebelumnya sudah dilakukan?
5. Apakah strategi *marketing* berubah dari sebelum atau sesudah pandemic?
6. Jika ya, apakah menjadi lebih efektif?
7. Apa contoh dari strategi *marketing* yang berubah?
8. Bagaimana perkembangan *followers* yang dimiliki?
9. Riset apa yang dilakukan Ketika ingin mencoba strategi *marketing* yang baru?
10. Apakah kolaborasi antar suatu vendor dilakukan?
11. Jika ya, apakah efektif bila digunakan di saat pandemic?
12. Strategi *marketing* apa yang paling efektif dan mampu menarik pasar?
13. Apa strategi *marketing* yang ditinggalkan Ketika masuk ke masa pandemic?

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

b. Rekaman

Rekaman dari wawancara yang dilakukan yang akan di rekam selama wawancara berlangsung, guna mempertahankan bukti yang sesuai sebagai sumber analisis.



UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA