

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan paradigma post-positivisme akan berupaya untuk mengidentifikasi dan menilai penyebab yang mempengaruhi hasil dalam eksperimen.

Paradigma post-positivisme dikatakan condong lebih mempercayai proses verifikasi terhadap suatu temuan hasil. Paradigma ini akan menjadi pelengkap dari paradigma positivisme yang mengarah ke upaya mengidentifikasi dan menilai penyebab yang mempengaruhi hasil, seperti dalam eksperimen. Menurut Yin, (Yin, 2018), menjelaskan paradigma post-positivisme memandang dunia dengan menerima kondisi yang probabilitas atau memiliki kemungkinan dari positivis yang asli dan menoleransi ketidak-pastian yang merupakan pengganti absolut.

Penelitian ini akan diawali dengan menguji teori yang ada, kemudian dianalisis. Paradigma post-positivisme digunakan untuk meneliti strategi *integrated marketing communication* oleh Intersoccer by Pria Punya Selera melalui *sponsorship* bersama Persib. Peneliti akan menyertakan rangkaian pertanyaan mendalam yang relevan terhadap penelitian ini agar merepresentasikan kondisi yang sebenarnya.

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini akan menggunakan jenis penelitian kualitatif, penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, peneliti menjadi instrumen kunci (Sugiyono, 2008). Riset kualitatif menggali sebuah penelitian yang telah dibangun, oleh karena itu penelitian kualitatif dipenuhi dengan berbagai macam kata, kalimat, dan narasi yang dapat menciptakan sebuah gambaran yang jelas dari penelitian yang diteliti (Kriyantono, 2021).

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif kualitatif untuk menjelaskan penelitian dengan faktuan, sistematis, dan akurat. Berusaha melihat sebuah makna yang lebih jauh masuk kedalam seperti mempertanyakan mengapa sebuah strategi bisa timbul terjadi, apa motif dan yang mempengaruhi dari strategi tersebut

(Kriyantono, 2021). Terdapat kegiatan untuk melakukan verifikasi data, oleh karena itu tidak hanya menerangkan dan mendalami sebuah pertanyaan “apa”, tetapi menerangkan dan memperlihatkan pertanyaan “mengapa”.

Untuk memahami strategi *integrated marketing communication* yang dilakukan Intersoccer by Pria Punya Selera dalam kegiatan *sponsorship* bersama Persib untuk membangun *brand image* yang sesuai dengan *brand imagery* Gudang Garam Filter *International*, perlu pemahaman mendalam mengenai situasi dan kondisi yang dialami oleh objek penelitian. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini menggunakan *key informan* yang tepat untuk dapat melakukan analisis yang sesuai.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang akan digunakan adalah studi kasus. Penelitian studi kasus melibatkan studi membatasi suatu hal yang berupa teknis dengan pendalaman terhadap identitasnya. Studi kasus meneliti fenomena dalam latar belakang tidak nampak secara jelas yang berbentuk empiris (Yin, 2018). Menurut Yin, metode penelitian studi kasus mencakup (1) target penelitian bisa manusia, kejadian, situasi dan dokumen. (2) target-target tersebut dianalisis secara detail menjadi kelengkapan selaras dengan latar belakangnya dengan tujuan untuk menginterpretasi berbagai kaitan yang terdapat diantara variabelnya (Yin, 2018). Gaya metode penelitian studi kasus dapat digabungkan dalam berbagai bentuk data seperti, wawancara, observasi, dokumen, dan peralatan (Yin, 2018). Dalam penelitian yang membahas strategi *integrated marketing communication* Gudang Garam Filter *International* untuk meningkatkan *image* dengan melakukan kegiatan *sponsorship* bersama Persib terbatas oleh waktu dan aktivitas. Metode ini membutuhkan banyak sumber data untuk diteliti yang bisa diperoleh dari proses wawancara mendalam, dokumentasi, observasi, rekaman, survey, atau bukti lainnya. Penggunaan metode studi kasus merupakan pilihan tepat karena peneliti akan membahas strategi *integrated marketing communication* Intersoccer by Pria Punya Selera untuk meningkatkan *image* Gudang Garam Filter *International* dengan melakukan kegiatan *sponsorship* bersama Persib secara mendalam yang membutuhkan banyak sumber data.

### 3.4 Key Informan

Menurut Yin, informan adalah partisipan dalam studi kasus yang merupakan subjek studi yang akan memberikan informasi penting dan memberikan sumber bukti penting lain bagi peneliti (Yin, 2018).

Kriteria yang dicari sesuai dengan kebutuhan penelitian yang memahami secara mendalam mengenai strategi *integrated marketing communication* Intersoccer by Pria Punya Selera untuk membangun *brand image* Gudang Garam Filter International melalui *sponsorship* bersama Persib.

Peneliti akan mencari partisipan sebagai subjek penelitian. Berikut adalah kriteria yang dibutuhkan peneliti untuk membantu penelitian bisa relevan dengan topik:

1. Pekerja di dunia *marketing* dan *brand* Gudang Garam Filter *International* (*Brand manager* dan *Marketing*)
2. Laki-laki atau perempuan
3. Berusia 21 - 50 tahun

Mengingat bahwa subjek penelitian akan menjadi pilar dalam penelitian ini, maka dipastikan bahwa partisipan adalah subjek yang kredibel untuk dijadikan subjek dari penelitian ini.

Partisipan dalam penelitian ini adalah individu yang terkait dan mengetahui strategi Intersoccer by Pria Punya Selera dan *sponsorship* bersama Persib. Individu menjadi partisipan yang dibutuhkan untuk mengolah data dan dijadikan sebagai hasil penelitian. Oleh karena itu, *key partisipan* yang dipilih adalah:

1. **Nama Key Informan:** Kenji Widyarta  
**Jabatan:** *Brand Executive:* Gudang Garam Filter *International*  
**Pelaksanaan Wawancara:** 29 Mei 2023, pada pukul 13.00 WIB di Google Meet  
**Peran:** Meriset arah komunikasi Gudang Garam Filter *International*
2. **Nama Key Partisipan:** Erwan  
**Jabatan:** *Asistant Brand Manager* Gudang Garam Filter *International*  
**Pelaksanaan Wawancara:** 3 Juni 2023, pada pukul 20.00 WIB di Google Meet

**Peran:** Bertanggung jawab kepada strategi komunikasi Gudang Garam Filter *International* dengan *sponsorship* bersama Persib.

3. **Nama Key Partisipan:** Ferry Ariawan

**Jabatan:** *Event Manager* Gudang Garam Filter *International*

**Pelaksanaan Wawancara:** 15 Juli 2023, pada pukul 09.00 WIB di Google Meet

**Peran:** Bertanggung jawab kepada kegiatan Intersoccer by Pria Punya Selera bersama dengan Persib.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Metode penelitian studi kasus ini akan mengambil dari dari berbagai macam sumber, seperti dokumen, rekaman, pengamatan langsung, dan wawancara (Yin, 2018). Penelitian untuk mengetahui strategi *integrated marketing communication* Intersoccer by Pria Punya Selera untuk membangun *image* Gudang Garam *International* melalui *sponsorship* bersama Persib akan menggunakan wawancara sebagai data primer. Wawancara dapat dilakukan melalui telepon, atau membuat FGD (Yin, 2018). Penelitian yang akan dilakukan peneliti akan menggunakan Teknik pengumpulan data wawancara atau *face to face interview* bersama partisipan sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh peneliti, Pertanyaan yang akan diajukan dalam sesi wawancara dapat terus berkembang sesuai dengan arah jawaban.

Wawancara yang akan dilakukan berbentuk wawancara semistruktur. Sang pewawancara sudah mempersiapkan daftar pertanyaan yang sudah ditulis, tetapi pertanyaan bisa secara bebas ditanyakan dengan tetap menanyakan pertanyaan yang sesuai dengan permasalahan yang dibahas (Kriyantono, 2021). Wawancara yang dilakukan akan menggunakan Google Meet sebagai media wawancara.

Studi dokumen digunakan sebagai sumber data sekunder yang akan menjadi pendukung untuk penelitian ini. Dokumen-dokumen tersebut dapat diakses melalui

*website* Persib dan Gudang Garam Filter *International*, platform media sosial Persib dan Gudang Garam Filter *International*, dan artikel lainnya.

### **3.6 Keabsahan Data**

Disebutkan oleh Yin, teknik analisis data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut, melalui tiga jenis penilaian keabsahan data berifat deskriptif pada penelitian studi kasus (Yin, 2018):

a) Validitas Konstruk

Mengenali langkah operasional yang sesuai konsep dengan cara mengumpulkan beberapa data dari berbagai macam sumber tersedia untuk membuat dan membangun laporan studi kasus yang dilihat dari partisipan.

b) Validitas External

Kemampuan untuk memperlihatkan studi kasus yang ditemukan dapat digeneralisasi, dengan melakukan pengamatan bentuk pertanyaan yang ditanyakan karena bentuk pertanyaan dapat mendukung atau menghambat preferensi untuk mencari generalisasi.

c) Reliabilitas

Memastikan sebuah temuan dan kesimpulan dari suatu penelitian akan sama jika mengulangi prosedur yang sama. Menggunakan *protocol* studi kasus secara *detail* dan mengembangkan studi kasus tersebut.

Penelitian ini akan menggunakan jenis validitas konstrun untuk penilaian keabsahan data dengan mengumpulkan dan menggabungkan berbagai data dari sumber juga membuat laporan studi kasus..

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Peneliti akan mengolah data yang didapatkan melalui proses analisis data sesuai dengan Yin (Yin, 2018). Sebagai berikut:

a) Penjodohan Pola

Membandingkan proses antar pola empiris dengan pola yang sudah dipredeksikikan. Jika terdapat persamaan antara kedua pola, hasil tersebut akan menguatkan validitas internal dari studi kasus. Penelitian yang bersifat

deskriptif, nantinya akan melihat penjadohan pola yang relevan dengan *variable* spesifik yang diprediksi sebelum pengumpulan data.

b) Pembuatan Eksplansi

Menganalisis data dari studi kasus dengan membuat penjelasan mengenai kasus yang bersangkutan, Pembuatan ekplasi relevan dengan studi kasus eksplanatoris yang bertujuan untuk mengembangkan dasar-dasar untuk penelitian berikutnya.

c) Analisis Deret Waktu

Menganglisis deretan waktu secara langsung dengan melakukan ekspreimen dan kuasi eksperimen. Kerumitan dan ketepatan dari pola tersebut akan membuat analisis yang dilakukan adalah analisis deret watu yang melihat pada bagian terkuat untuk melakukan penarikan konklusi pada studi kasus.

Penelitian ini akan menggunakan penjadohan pola karena peneliti akan membandingkan hasil penelitan yang sudah dikumpulkan dengan hasil data wawancara setelah itu akan dikaitkan dengan konsep yang telah di jelaskan sebelumnya.

