

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam penelitian berjudul "Strategi Komunikasi Pemasaran Musik Melalui Stasiun Radio Untuk Menjangkau Target Audiens: Studi Kasus Acuan Entertainment" ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivisme. Post-positivisme menurut Creswell (2018), menjelaskan bahwa dalam pandangan kelompok post positivis, terdapat keyakinan bahwa sebab-sebab (faktor kausatif) kemungkinan besar menentukan hasil atau konsekuensi akhir. Temuan dalam penelitian tertentu akan diperinci dan mengarah pada kesimpulan yang diperoleh melalui pertanyaan-pertanyaan. Oleh karena itu, masalah-masalah yang dianalisis oleh kelompok post-positivis mencerminkan kebutuhan untuk mengidentifikasi faktor-faktor penyebab yang mempengaruhi hasil akhir. Pengetahuan yang dikembangkan melalui perspektif post-positivis selalu berlandaskan pada pengamatan terhadap realitas objektif.

Paradigma ini dipilih karena mengakui kompleksitas realitas sosial dan mengambil sikap terbuka terhadap subjektivitas dalam penelitian. Post-positivisme menekankan bahwa sementara objektivitas menjadi tujuan yang diinginkan, namun realitasnya seringkali kompleks dan pengetahuan kita tentang dunia memiliki keterbatasan yang harus diakui. Dalam konteks penelitian ini, paradigma post-positivisme memungkinkan peneliti untuk mempertimbangkan berbagai sudut pandang, memahami konteks sosial, dan menerima bahwa pengetahuan yang ditemukan dapat bersifat relatif.

Dalam paradigma post-positivisme, peneliti memahami bahwa realitas sosial dapat diinterpretasikan secara berbeda oleh individu atau kelompok, tergantung pada latar belakang, pengalaman, dan sudut pandang mereka. Dalam hal ini, peneliti harus berusaha untuk menyadari dan memperhitungkan berbagai interpretasi yang mungkin terjadi dalam konteks strategi pemasaran musik melalui radio yang diteliti. Pengakuan terhadap keragaman perspektif ini menjadi penting

dalam memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana strategi pemasaran tersebut diterima dan dipahami oleh audiens target.

Selain itu, paradigma post-positivisme memungkinkan peneliti untuk mempertimbangkan konteks sosial yang mempengaruhi fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, peneliti akan memperhatikan faktor-faktor seperti budaya lokal, tren musik, dan preferensi audiens dalam memahami efektivitas strategi pemasaran musik melalui radio oleh Acuan Entertainment. Memahami konteks sosial ini dapat membantu peneliti dalam menginterpretasikan temuan mereka dengan lebih baik dan memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif tentang dinamika yang terlibat dalam pemasaran musik melalui radio.

Dalam paradigma post-positivisme, peneliti juga diharapkan untuk mempertimbangkan peran peneliti sebagai subjek yang aktif dalam proses penelitian. Artinya, peneliti diharapkan untuk terlibat secara langsung dalam pengumpulan dan analisis data, serta reflektif terhadap implikasi etis dari penelitian mereka. Dalam penelitian ini, peneliti akan terlibat dalam interaksi langsung dengan narasumber dan menganalisis data yang dikumpulkan secara kritis, dengan mempertimbangkan implikasi praktis dan teoritis dari temuan mereka.

Dengan demikian, paradigma post-positivisme memberikan kerangka yang tepat untuk penelitian ini dengan mengakui kompleksitas realitas sosial, memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks sosial, dan menekankan peran peneliti sebagai subjek aktif dalam proses penelitian. Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berharga terhadap pemahaman kita tentang strategi pemasaran musik melalui radio dan bagaimana strategi tersebut dapat meningkatkan jangkauan dan pengaruhnya terhadap audiens target.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif. Ardial (dalam Krisyantono, 2021) menyatakan bahwa penelitian kualitatif mencakup berbagai realitas, yang berarti tidak diperlukan sampel dari populasi. Studi ini tidak memprioritaskan jumlah populasi atau sampelnya, bahkan bisa

memiliki populasi atau sampel yang sangat terbatas. Kriyantono juga menegaskan bahwa tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan fenomena dan kejadian secara mendalam melalui pengumpulan data yang komprehensif.

Menurut Creswell (2018), peneliti yang menggunakan pendekatan kualitatif harus membangun gambaran yang kompleks, menganalisis kata-kata, menyajikan laporan terperinci tentang pandangan objek yang diteliti, dan melakukan studi pada situasi tersebut.

Sementara penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2020), bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai nilai-nilai variabel yang berdiri sendiri, baik satu variabel atau lebih (independen), tanpa melakukan perbandingan atau korelasi dengan variabel lainnya. Ia juga menjelaskan bahwa penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk memaparkan atau menggambarkan hasil dari suatu penelitian, namun tidak digunakan untuk membuat kesimpulan. Selain itu, penelitian deskriptif juga bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail tentang suatu fenomena dan peristiwa yang terjadi.

Dengan mengidentifikasi penelitian ini sebagai kualitatif dan bersifat deskriptif, pendekatan penelitian yang digunakan akan difokuskan pada pemahaman mendalam tentang fenomena yang diteliti, yaitu efektivitas pemasaran musik melalui radio oleh Acuan Entertainment untuk menjangkau target audiens. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi berbagai dimensi dan perspektif yang terlibat dalam fenomena tersebut tanpa membatasi diri pada pengukuran kuantitatif yang seringkali tidak dapat menangkap kompleksitas konteks dan pengalaman individu.

Sebagai penelitian deskriptif, fokus utama penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan fenomena efektivitas pemasaran musik melalui radio oleh Acuan Entertainment secara komprehensif. Ini melibatkan penjelajahan dan penjelasan tentang bagaimana strategi ini diimplementasikan, bagaimana pesan-pesan dipilih dan disampaikan kepada audiens, dan bagaimana audiens merespons strategi pemasaran tersebut. Dengan demikian, penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan rinci tentang fenomena yang diteliti, tanpa

melakukan manipulasi atau pengontrolan variabel-variabel tertentu seperti dalam penelitian eksperimental.

Dalam konteks penelitian kualitatif, pendekatan yang cocok adalah studi kasus. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi fenomena yang kompleks dan kontekstual dengan mendalam, seperti strategi pemasaran musik melalui radio oleh Acuan Entertainment dalam hal ini. Dengan menggunakan studi kasus, peneliti dapat memeriksa proses implementasi strategi, dampaknya pada audiens, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan strategi tersebut.

Selain itu, penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara. Wawancara akan digunakan untuk mendapatkan pandangan dan persepsi dari berbagai pihak yang terlibat, termasuk perwakilan dari Acuan Entertainment, perwakilan dari pihak radio, serta pandangan dari narasumber ahli.

Melalui pendekatan kualitatif dan deskriptif ini, penelitian ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang strategi pemasaran musik melalui radio oleh Acuan Entertainment dan bagaimana strategi ini mempengaruhi dan dipahami oleh audiens target. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan kontribusi penting terhadap pemahaman praktis dan teoritis tentang pemasaran musik melalui radio dalam konteks industri hiburan saat ini.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Studi kasus merupakan penyelidikan empiris yang meneliti fenomena kontemporer dalam konteks kehidupan nyata (Yin, 2009). Menurut Yin (2009), metode penelitian studi kasus sangat tepat digunakan dalam penelitian yang berfokus pada pertanyaan *how* atau *why*, ketika peneliti memiliki sedikit kontrol terhadap peristiwa yang diteliti, dan ketika fokus penelitian adalah pada fenomena kontemporer. Penelitian ini meneliti bagaimana strategi pemasaran musik melalui stasiun radio diterapkan oleh Acuan Entertainment untuk menjangkau target audiensnya, sehingga metode studi kasus menjadi pilihan yang relevan.

Dalam metode studi kasus, peneliti harus fokus pada desain dan pelaksanaan penelitian. Metode ini dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif. Penelitian ini akan menggunakan pendekatan deskriptif untuk memberikan gambaran yang mendetail tentang strategi pemasaran musik melalui stasiun radio oleh Acuan Entertainment. Pendekatan deskriptif akan membantu dalam mendokumentasikan proses dan praktik pemasaran yang dilakukan, serta memahami bagaimana strategi ini berinteraksi dengan lingkungan dan audiens target.

Hal penting yang membedakan strategi penelitian studi kasus adalah identifikasi tipe pertanyaan penelitian yang harus memiliki substansi dan bentuk. Metode studi kasus secara esensial mirip dengan metode historis, namun ditambah dengan wawancara yang dilakukan secara sistematis. Komponen-komponen dalam desain penelitian studi kasus meliputi lima aspek utama menurut Yin (2009):

1. **Pertanyaan Penelitian:** Penelitian ini berfokus pada pertanyaan *how*, seperti "Bagaimana strategi pemasaran musik melalui stasiun radio diterapkan oleh Acuan Entertainment untuk menjangkau target audiensnya?"
2. **Proposisi:** Proposisi penelitian merupakan pernyataan yang merefleksikan isu-isu teoretis yang penting dan akan membimbing peneliti dalam mencari data yang relevan. Proposisi ini didasarkan pada teori pemasaran dan strategi komunikasi, yang akan mengarahkan peneliti untuk tetap fokus pada aspek-aspek penting dari strategi pemasaran musik melalui stasiun radio.
3. **Unit Analisis:** Unit analisis dalam penelitian ini adalah Acuan Entertainment dan strategi pemasaran musik yang diterapkannya melalui stasiun radio. Penentuan unit analisis membantu dalam mengklarifikasi apa yang dimaksud dengan "kasus" dalam penelitian ini.
4. **Logika (Hubungan Antara Data dan Proposisi):** Peneliti akan menjelaskan tahap analisis data yang digunakan untuk menghubungkan data yang dikumpulkan dengan proposisi penelitian. Ini termasuk langkah-langkah analisis seperti reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan.
5. **Kriteria (Interpretasi Temuan):** Kriteria untuk interpretasi temuan harus sesuai dengan proposisi dan pertanyaan penelitian. Kriteria ini akan membantu dalam

menilai apakah strategi pemasaran yang diterapkan oleh Acuan Entertainment efektif dalam menjangkau target audiensnya.

Dengan menggunakan metode studi kasus, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang mendalam tentang bagaimana Acuan Entertainment merancang dan melaksanakan strategi pemasaran musik melalui stasiun radio, serta bagaimana strategi tersebut berdampak pada pencapaian target audiens. Metode ini memungkinkan peneliti untuk menggali lebih dalam aspek-aspek spesifik dari strategi pemasaran yang mungkin tidak terlihat melalui metode penelitian lainnya.

3.4 Key Informan dan Informan

Sugiyono (2020) menjelaskan bahwa informan atau narasumber dalam konteks penelitian adalah individu yang memiliki pengetahuan atau data yang relevan dengan topik atau objek penelitian yang sedang diselidiki. Mereka memiliki informasi yang berlimpah terkait dengan masalah yang sedang diteliti sehingga para peneliti kemudian dapat meminta informasi tambahan atau wawasan dari mereka mengenai objek penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini, informan yang dipilih merupakan seseorang yang sudah berkarir dan bertanggung jawab secara profesional di bidang pemasaran musik dan melakukan pemasaran melalui radio dalam kegiatan profesionalnya dari Acuan Entertainment. Terdapat juga informan lainnya yang merupakan seorang profesional yang bekerja di radio sebagai *music director* yang dalam kesehariannya menangani musik yang dipasang di radio dan juga berhubungan langsung dengan label musik dalam kegiatan pemasaran yang dilakukan. Serta *key informant* dari seorang ahli yang bekerja di bidang PR dan *marketing* terutama dalam bidang radio. Jawaban dari informan akan digunakan sebagai data.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti untuk penelitian ini adalah melalui wawancara. Menurut Suprayogo dan Tobroni dalam (Murdiyanto, 2020), Narasumber diidentifikasi sebagai individu yang dapat memberikan informasi melalui proses wawancara. Oleh karena itulah wawancara digunakan sebagai pilihan Teknik pengumpulan data. Peneliti memilih pendekatan ini untuk

memperoleh pemahaman yang lebih dalam mengenai bagaimana Acuan Entertainment memanfaatkan radio dalam kegiatan promosinya, serta dampaknya terhadap kesuksesan produk mereka yaitu dalam kasus ini adalah musik. Selain itu, peneliti juga tertarik untuk mengetahui alasan di balik pilihan penggunaan radio, meskipun popularitasnya telah menurun dalam beberapa waktu terakhir.

Murdiyanto (2020) mengungkapkan bahwa pengumpulan data terbagi menjadi dua kategori:

1. Data primer: Ini merujuk pada data yang diperoleh langsung dari sumbernya (Murdiyanto, 2020). Peneliti akan mendapatkan data primer dari hasil wawancara dengan para narasumber, yang dipilih berdasarkan kriteria sebagai profesional dalam bidang pemasaran musik yang menggunakan radio sebagai salah satu alat untuk mempromosikan musik mereka.
2. Data sekunder: Jenis data ini didapatkan secara tidak langsung melalui perantara media atau telah dicatat oleh sumber lain. Peneliti akan mengumpulkan data sekunder dari berbagai referensi seperti jurnal, buku, artikel, dan sumber lainnya yang akan digunakan sebagai panduan dan dasar konseptual untuk memperkuat landasan, tujuan, dan maksud penelitian.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Zuldafrial (dalam Sari, C. A. F., 2020) keabsahan data menggambarkan konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (realibilitas), seperti yang biasanya terkait dengan penelitian kuantitatif, yang kemudian disesuaikan dengan prinsip-prinsip, kriteria, dan paradigma pengetahuan masing-masing. Keabsahan data merujuk pada tingkat keyakinan atau ketepatan hasil dari suatu penelitian. Menurut Lincoln dan Guba (dalam Wijaya, 2018), keabsahan data dalam konteks penelitian kualitatif adalah sesuatu yang kompleks dan dinamis, yang tidak memiliki konsistensi dan repetisi yang sama seperti dalam penelitian kuantitatif. Keabsahan data dalam penelitian kualitatif dapat dicapai melalui penggunaan teknik triangulasi data dalam proses pengumpulan data.

Menurut Sugiyono (2020), triangulasi data adalah sebuah metode pengumpulan data yang menggabungkan berbagai sumber dan jenis data yang telah

tersedia. Wijaya (2018) menjelaskan bahwa triangulasi data adalah sebuah teknik untuk memeriksa data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan pada berbagai waktu. Triangulasi data dapat terdiri dari triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan triangulasi waktu.

1. Triangulasi Sumber: Dilakukan untuk menguji kredibilitas suatu data dengan memeriksa data yang diperoleh dari berbagai sumber seperti hasil wawancara, arsip, atau dokumen lainnya.
2. Triangulasi Teknik: Digunakan untuk menguji kredibilitas suatu data dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber yang sama namun menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda. Contohnya, data yang didapat dari observasi dibandingkan dengan data dari wawancara.
3. Triangulasi Waktu: Waktu dapat memengaruhi kredibilitas suatu data. Data yang diperoleh melalui wawancara pada pagi hari, saat narasumber masih segar, cenderung lebih valid. Oleh karena itu, pengujian kredibilitas data harus melibatkan pengumpulan data dari observasi, wawancara, dan dokumentasi pada waktu atau situasi yang berbeda, untuk memastikan kebenaran data yang diperoleh.

Dalam penelitian ini, peneliti menguji keabsahan data dengan melakukan Triangulasi Sumber dimana peneliti mengumpulkan data dari narasumber yang berbeda dan mencocokkan data tersebut satu sama lain untuk mendapatkan hasil penelitian.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2020:131), analisis data adalah proses mencari dan menyusun data secara sistematis yang diperoleh dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini melibatkan pengorganisasian data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesis, menyusun pola, memilih data yang penting, dan menyusun kesimpulan sehingga dapat dipahami oleh peneliti dan orang lain.

Menurut Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2020:133), aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan hingga data mencapai titik jenuh. Langkah-langkahnya adalah sebagai berikut:

1. Pengumpulan Data (Data Collection): Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan melalui berbagai cara seperti observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi atau kombinasi dari ketiganya (triangulasi). Pengumpulan data ini berlangsung selama periode waktu tertentu, sehingga menghasilkan berbagai data. Pada tahap ini, peneliti melakukan pengumpulan data dengan cara melakukan wawancara terhadap berbagai narasumber berbeda. Hal ini menghasilkan data yang beragam untuk penelitian.
2. Reduksi Data (Data Reduction): Ketika peneliti mengumpulkan data yang dibutuhkan di lapangan dengan cara wawancara, data yang terkumpul akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Oleh karena itu, perlu dilakukan analisis data melalui reduksi data, yaitu merangkum, memilih, dan memfokuskan pada hal-hal penting, mencari tema dan pola. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan memudahkan peneliti untuk melanjutkan penelitian serta mencarinya kembali jika diperlukan. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan teknik coding untuk mereduksi data ke dalam data-data yang diperlukan.
3. Penyajian Data (Data Display): Setelah data direduksi, langkah selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk teks naratif. Dalam penelitian ini, data disajikan dalam hasil penelitian dan dinarasikan kembali oleh peneliti.
4. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (Conclusion Drawing/Verification): Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum ada. Temuan ini bisa berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya tidak jelas, tetapi menjadi jelas setelah diteliti.