

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Dalam Kriyantono (Kriyantono, 2006) paradigma adalah suatu cara yang dilakukan peneliti untuk menelaah dan menerjemahkan suatu kajian peristiwa atau tingkah laku dari individu. Pada dasarnya, sifat dari paradigma dalam mengkaji perilaku, yakni bersifat selektif dan pandangan terbatas (Kriyantono, 2006). Dalam penelitian riset sosial, paradigma dibagi menjadi tiga jenis, yakni: post-positivisme, konstruksi, dan kritis (Kriyantono, 2006).

Mengaitkan dengan kajian penelitian, penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme guna mencari hasil penelitian berupa kesimpulan atau penjelasan dari bukti empiris atau data tentang subjek tersebut. Topik penelitiannya khusus bagaimana komunikasi pemasaran yang dilakukan pada *event* Puyo Goes to School. Sebagaimana dijelaskan dalam (Kriyantono, 2006), paradigma post-positivisme memiliki tiga prinsip utama:

1. Peneliti harus memiliki nilai atau landasan utama dalam melakukan riset.
2. Riset dipengaruhi oleh kerangka teori atau hipotesis yang digunakan sebagai acuan.
3. Sifat dari realitas yang dihadapi oleh peneliti, yakni konstruktivis.

Dalam praktiknya, paradigma post positivisme tidak percaya pada kenyataan, tetapi terdapat berbagai tujuan yang muncul di lapangan. Oleh karena itu, kebenaran tidak selalu objektif karena setiap orang bisa saja mempunyai pandangan atau penilaian yang berbeda dengan orang lain dan tidak sama dalam memahami hakikat kebenaran (Kriyantono, 2006). Hal ini turut dinyatakan oleh Guba dan Lincoln (1994) bahwa realitas memang tidak dapat dipahami secara utuh karena manusia sebagai alat yang memahami realita masih bersifat humanis (Kriyantono, 2006). Selain itu, realita juga dapat dikatakan terdiri dari fenomena yang kerap kali sulit dipahami lebih mendalam.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pengkajian yang memerlukan penyelidikan lebih lanjut. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menunjukkan bahwa penelitian tidak mengutamakan populasi dan besarnya sampel karena jenis penelitian ini tidak mengenal batas (Kriyantono, 2006). Selain itu, penelitian kualitatif nantinya ditujukan untuk mengumpulkan data-data bersifat naratif dengan tujuan menjawab, “mengapa”, “berapa banyak”, dan “menemukan” bukti-bukti dari permasalahan yang ada (Chang, 2014).

Jenis penelitian kualitatif dibuat berlandaskan dengan tujuan-tujuan yang dicanangkan oleh Strauss dan Corbin dalam (Chang, 2014), yaitu sebagai berikut: (a) Berdasarkan pengalaman penelitian di lapangan. (b) Memperdalam inti dari permasalahan penelitian. (c) Mengulas motivasi di balik objek penelitian yang diteliti. (d) Memungkinkan untuk penemuan fenomena baru dari hal yang diteliti. (e) Mengkaji fenomena-fenomena yang tidak dapat dikaji menggunakan pendekatan numerik.

Melalui penelitian kualitatif, kajian ini dibahas secara mendalam dengan terfokus pada strategi komunikasi pemasaran pada *event* Puyo Goes to School. Tentu saja tujuan penelitian tidak hanya berdasarkan hasil penelitian atau literatur saja, namun juga ingin mencari dan memvalidasi ulang pokok persoalan yang diambil. Dengan adanya penalaran logis berlandaskan pada kumpulan narasi, peneliti melakukan tinjauan mendalam.

Dalam hal ini, tentunya diperlukan penelitian dan diperlukan konsep yang objektif untuk menarik kesimpulan yang valid dan tepat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui cara yang dilakukan oleh eksekutor acara dalam membuat strategi komunikasi pemasaran yang dekat dengan Generasi Alfa selaku penentu keputusan pembelian.

Metode penelitian deskriptif kualitatif adalah strategi dalam menjabarkan dan menerjemahkan data secara sistematis, faktual, dan akurat, yang mana nantinya periset perlu meninjau kedalaman data berupa konteks landasan dari suatu masalah (Kriyantono, 2006). Penelitian deskriptif ini tidak hanya menjelaskan suatu hal

dilakukan dengan deskripsi dasar suatu hal, tetapi turut menjelaskan alasan di balik sebuah objek (Kusuma, 2020).

Metode penelitian deskriptif kualitatif mirip seperti riset *grounded*, yang mana penelitian ini bersifat induktif sehingga peranan data yang didapatkan peneliti tentunya lebih diutamakan daripada teori (Kriyantono, 2006). Dengan kata lain, ketika melakukan penelitian ini, tidak menutup kemungkinan bahwa peneliti bisa menemukan pengembangan dari teori atau temuan-temuan baru dari hasil riset.

3.3 Metode Penelitian

Peneliti melakukan penelitian menggunakan metode penelitian studi kasus. Menurut (Chang, 2014) terdapat empat bidang penting dalam penelitian yang bersifat akademik, salah satunya, yakni studi kasus. Studi kasus merupakan sebuah metode penelitian empiris yang membahas berbagai kasus atau realitas secara meluas (Yin, 2018). Selain itu, menurut (Yin, 2018) metode studi kasus memiliki karakteristik yang relevan dengan pendalaman kasus yang diteliti, yaitu: (a) Dapat mengatasi situasi yang bersifat tidak teknis karena memiliki berbagai kemungkinan variabel data yang dihasilkan. (b) Teori-teori yang ada digunakan sebagai acuan untuk melakukan penelitian. (c) Hasil dari temuan penelitian mungkin didapatkan dengan adanya triangulasi data.

Berdasarkan berbagai karakteristik yang dimiliki pada metode studi kasus, metode penelitian studi kasus cukup relevan karena peneliti memperoleh data dari berbagai gabungan data. Peninjauan *event* Puyo Goes to School ini ditinjau awal mulanya melalui *highlight* media sosial Instagram, observasi penelitian, dan tinjauan lebih lanjut dari adanya wawancara. Observasi yang dilakukan oleh peneliti disebut juga sebagai observasi partisipan. Observasi partisipan adalah metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti, yang mana peneliti turut serta dalam fenomena atau kegiatan di lapangan (Kriyantono, 2006). Sehingga, peneliti memahami fenomena apa yang sedang terjadi dan fakta yang ada di lapangan. Dalam melakukan observasi penelitian, peneliti turun langsung ke lapangan dalam jangka waktu 1 tahun. Di sini, peranan peneliti sebagai pihak yang meninjau fenomena dengan objektif, sehingga pokok penelitian dikembangkan, tidak

sepenuhnya berdasarkan fakta lapangan di tahun penelitian, guna menghindari bias dan tetap menunjukkan sisi objektivitas dari peneliti serta tetap memperdalam konteks permasalahan yang ada. Observasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah peneliti sempat turut serta dalam kegiatan yang sempat dilaksanakan sesuai pandemi. Dari sanalah, muncul keinginan peneliti untuk meninjau lebih lanjut terkait asal muasal dari *event*.

Yang mana, peneliti melihat bahwa strategi mendasar pada *event* Puyo Goes to School saat ini tetap mengimplementasikan konsep-konsep yang sama dengan tahun sebelum pandemi. Sehingga, wawancara diperlukan untuk menjadi pembanding dan memungkinkan pengembangan lanjutan dari *event* di masa kini. Adapun untuk meninjau hal ini, peneliti melakukan wawancara dengan pihak yang berkaitan langsung, eksekutor yang berkaitan erat dengan *event* Puyo Goes to School pada periode sebelum pandemi, akademisi, serta audiens potensial.

Wawancara merupakan bentuk percakapan langsung yang dilakukan oleh peneliti dengan informan yang diharapkan memiliki kekayaan informasi (Kriyantono, 2006). Jenis wawancara yang dilakukan oleh peneliti, yakni dengan wawancara semi terstruktur, yaitu jenis wawancara yang mengacu pada pokok-pokok dasar pertanyaan penelitian yang telah dibuat untuk mengarahkan pembicaraan, tetapi tidak menutup kemungkinan terdapat pertanyaan lanjutan yang dielaborasi selama wawancara (Kriyantono, 2006).

3.4 Informan Penelitian

Pada wawancara ini, peneliti melakukan riset dengan subjek/individu yang berkaitan dengan penelitian. Individu kali ini yang berkaitan dengan penelitian disebut juga sebagai informan dan partisipan. Informan merupakan individu yang membawa dan berbekal informasi berkaitan dengan objek penelitian (Kriyantono, 2006). Pada penelitian ini, peneliti mengkategorikan informan sebagai informan kunci dan informan pendukung.

3.4.1 Informan Kunci

Informan kunci adalah individu yang memiliki berbagai sumber informasi penting yang dibutuhkan dalam sebuah penelitian. Individu ini dapat dihubungi secara berantai, dimulai dengan meminta informasi dari orang-orang yang sudah pernah diwawancarai atau dihubungi sebelumnya, hingga akhirnya peneliti bisa mendapatkan berbagai informan yang dibutuhkan (Faradina, 2016). Adapun pada penelitian ini, peneliti memiliki kriteria khusus guna menyesuaikan dengan kondisi objek penelitian yang dikaji. Adapun kriteria informan kunci dalam penelitian ini, yakni: (1) Terlibat dalam proses *event* Puyo Goes to School di tahun 2019-2020. (2) Merupakan seseorang yang aktif maupun non-aktif di Puyo Desserts. (3) Melihat secara jelas kegiatan *event* baik sebagai eksekutor, pengelola dan manajemen *event*, ataupun pembuat keputusan.

Sehingga, peneliti memilih empat informan kunci yang berkaitan langsung dan menyaksikan seluruh berjalannya *event* sejak awal terbentuknya Puyo Goes to School. Seluruh partisipan ini dipilih berdasarkan harapan peneliti agar dapat menjawab kasus yang hendak dikaji. Sehingga tentunya memerlukan partisipan aktif yang berkontribusi serta sudah memiliki kedekatan dengan awal mula *event* ini ada. Adapun berikut ini merupakan empat informan kunci yang diwawancara lebih lanjut oleh peneliti:

1. Eugenie Patricia

Eugenie Patricia merupakan *Co-Founder* dan *Creative Director* dari Puyo Group. Pada awal mula *event* ini berjalan, beliau turut memiliki peranan selaku pengambil keputusan pembuatan acara dan meninjau kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh Puyo Desserts di ranah kreatif.

2. Sarah Juwita

Sarah Juwita merupakan *Marketing Manager* dari Puyo Desserts. Dalam penelitian mengenai *event* Puyo Desserts ini, beliau turut berperan sebagai *leader* yang meninjau berbagai kegiatan pemasaran, dampak dan efektivitas program, eksekutor pertama dan penyelenggara awal *event*, dan lainnya.

3. Denara Terily

Denara Terily merupakan *Assistant Marketing Manager* dari Puyo Desserts sekaligus *supervisor* dari kegiatan Puyo Goes to School. Pada penelitian ini, beliau berperan selaku eksekutor kedua dari *event*. Sebelum *event* dieksekusi langsung oleh *Marketing Event Officer*, Denara Terily berwenang terhadap seluruh kegiatan Puyo Goes to School.

4. Annisa Aulia Azmi

Annisa Aulia Azmi merupakan *Ex Marketing Intern* dari Puyo Desserts yang menyaksikan sekaligus turut serta dalam *event* Puyo Goes to School. Beliau berfokus pada tahapan perencanaan dan analisa, turut serta dalam hari acara, hingga meninjau selepas acara selesai.

3.4.2 Informan Pendukung

Informan pendukung adalah individu yang memberikan informasi tambahan untuk melengkapi analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Mereka kadang-kadang memberikan informasi yang tidak sama dengan yang disediakan oleh informan utama atau kunci. Informan ini berada di luar objek penelitian (Heryana, 2018). Dalam mengkaji penelitian ini, peneliti melakukan wawancara dengan dua informan pendukung yang berkaitan dengan kajian topik yang diteliti. Terdapat dua ahli dengan bidang yang berbeda. Untuk meninjau lebih lanjut terkait karakteristik anak dalam memandang sebuah *event* serta bagaimana dampak dari sebuah *event* untuk anak-anak, Kepala Sekolah SD Kristen Tiara Kasih dihadirkan sebagai pihak yang memahami situasi yang ada. Selain itu, terdapat pula akademisi yang merupakan ahli di bidang *event*. Di sini, peneliti hendak meninjau lebih lanjut mengenai strategi *event* Puyo Goes to School berdasarkan pendapat ahli.

Berikut ini merupakan dua informan pendukung yang diwawancarai oleh peneliti:

1. Vega Karina Andira Putri

Vega Karina Andira Putri merupakan akademisi dan ahli di bidang *event*. Karirnya di industri pemasaran terlebih khusus *event* telah dimulai sejak 2013. Beliau memahami perkembangan situasi dari masa ke masa dan tren

event sehingga relevan dengan ilmu dasar di balik *event* Puyo Goes to School. Data yang diambil melalui wawancara dengan Vega, diambil oleh peneliti untuk dijadikan salah satu sumber untuk pengolahan triangulasi data. Triangulasi data adalah gambaran data yang dikombinasikan dari beragam sumber dan dalam waktu yang berbeda, tempat yang berbeda dan berasal dari orang yang berbeda (Zamili, 2015).

2. Octaviana Hermansjah

Octaviana Hermansjah merupakan Kepala Sekolah SDK Tiara Kasih yang telah menjabat selama 5 tahun. Beliau telah berkecimpung di bidang pendidikan dengan menghadapi kelompok lintas Generasi Alfa dan Generasi Z. Beliau dapat dikatakan sebagai informan yang memahami situasi yang tentunya berkaitan dengan audiens Puyo Goes to School.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti melakukan pengumpulan data menggunakan observasi dan wawancara. Sebagaimana disampaikan dalam (Kriyantono, 2006), observasi dapat dikatakan sebagai salah satu pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti secara langsung, tanpa adanya mediator. Selain itu, jenis metode pengumpulan data yang digunakan, yakni berupa observasi partisipan.

Observasi non-partisipan terdiri dari dua, yakni observer sebagai partisipan yang berarti peneliti merupakan pihak internal yang berkaitan langsung dengan kelompok atau fenomena yang diamati dan peneliti sebagai observer, yakni orang luar yang tidak terlibat langsung dengan objek penelitian (Kriyantono, 2006). Pada penelitian ini, peneliti merupakan non-partisipan dan hanyasebagai periset. Di sini, peneliti turut melihat fenomena yang terjadi hingga akhirnya membuat sebuah penelitian guna meninjau perbandingan fenomena di masa sebelum peneliti meninjau permasalahan yang adan dan setelah peneliti meninjau. Observasi sebagai non-partisipan hanya dilakukan sebatas mengkaji bentuk *event*.

Selain itu, peneliti turut mengambil data menggunakan wawancara dengan informan kunci dan informan pendukung. Tujuannya adalah peneliti ingin mengambil data dari fakta-fakta yang belum diketahui oleh peneliti di masa kini.

Saat melakukan observasi, peneliti hanya dapat meninjau hal yang ada di masa kini, namun tidak dapat melihat garis besar kegiatan di masa lampau (Kriyantono, 2006). Observasi hanya dilakukan untuk meninjau konteks, tanpa melihat “mengapa” suatu kegiatan dapat dilakukan, sehingga di sinilah peranan wawancara dibutuhkan. Kombinasi wawancara dan observasi digunakan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan (Kriyantono, 2006).

3.6 Keabsahan Data

Dalam melihat keabsahan dan kualitas data, terdapat empat jenis cara pengujian data, yakni sebagai berikut (Yin, 2018).

1) *Construct validity* (validitas konstruk)

Validitas konstruk dapat dikatakan sebagai proses mengenali dan mengidentifikasi pengukuran praktis yang sesuai untuk konsep yang sedang diselidiki.

2) *Internal validity* (validitas internal)

Validitas internal hanya relevan untuk penelitian yang menjelaskan atau mencari kausalitas, berusaha untuk membuktikan hubungan sebab-akibat di antara kondisi-kondisi tertentu, yang dibedakan dari hubungan yang tidak benar.

3) *External validity* (validitas eksternal)

Validitas eksternal menunjukkan apakah dan bagaimana temuan studi kasus dapat digeneralisasi dan dikelompokkan.

4) *Reliability* (reliabilitas)

Reliabilitas menunjukkan bahwa operasi dari sebuah studi, meliputi proses pengumpulan data dapat diulang dengan hasil yang sama.

Dikaitkan dengan penelitian ini, peneliti menggunakan cara pengujian data, yakni validitas konstruk. Pertama, dari validitas konstruk, peneliti melakukan tinjauan terkait garis besar komunikasi pemasaran pada *event* yang dapat

diidentifikasi menjadi sebuah permasalahan. Selain itu, penelitian ini ditinjau dengan mencocokkan bukti temuan dari sumber-sumber yang ditemukan, lalu dikaji kembali dengan hasil temuan melalui informan eksternal dan internal perusahaan.

3.7 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah sistematis dalam menggali serta mengorganisir transkrip, catatan lapangan, dan materi lain yang dikumpulkan oleh peneliti untuk memfasilitasi penemuan. Sedangkan, analisis data ini mencakup pengembangan konsep mengenai temuan yang ditemukan, serta mengaitkannya dengan literatur dan konsep yang lebih luas (Fiantika, et al., 2022).

Menurut Yin (Yin, 2018), terdapat lima jenis teknik analisis data, yakni *pattern matching* (penjodohan pola), *explanation building* (pembentukan eksplanasi), *time series analysis* (analisis deret waktu), dan *cross-case synthesis* (sintesis lintas kasus). Pada penelitian ini, peneliti melakukan teknik analisis data *pattern matching* (penjodohan pola) yang merupakan sebuah analisis dengan mencocokkan pola dasar dan hasil kajian dari temuan penelitian.

Nantinya, peneliti dapat melihat bahwa komunikasi pemasaran pada *event* Puyo Goes to School sejauh mana memiliki keterkaitan dengan konsep komunikasi pemasaran pada *event* serta bagaimana strategi komunikasi pemasaran dalam *event* dapat menjadi salah satu upaya melakukan pendekatan kesadaran merek Puyo Desserts di benak khalayak yang telah dijalankan pada awal terbentuknya *event*.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA