

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Jenis dan Sifat Penelitian

Pada penelitian ini, Peneliti menggunakan jenis penelitian dengan pendekatan kualitatif. Fraenkel dan Wallen dalam Suharsaputra (2012, h. 181) menjelaskan bahwa penelitian yang mengkaji segala jenis kegiatan, situasi, hubungan disebut dengan penelitian kualitatif, dengan menyertakan deskripsi menyeluruh didalam menggambarkan segala rincian mengenai sesuatu yang terjadi pada suatu kegiatan atau situasi tertentu.

Sementara menurut Bogdan dan Guba yang dikutip dalam Suharsaputra (2012, h. 181) Penelitian Kualitatif merupakan suatu prosedur penelitian dimana menghasilkan data berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang yang mereka amati. Tujuan dari Penelitian Kualitatif ini adalah membuat deskripsi secara factual, akurat dan sistematis mengenai fakta dan sifat populasi atau suatu objek tertentu. Penelitian ini juga menggambarkan bagaimana realitas yang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variable (Kriyantono, 2012, h. 69)

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif, dimana peneliti melihat tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2009, h. 188). Data yang didapat dalam Penelitian ini digunakan untuk mendeskripsikan *setting*

penelitian, baik situasi maupun informasi yang didapat, baik melalui ucapan dari responden, dokumen pribadi ataupun catatan lapangan (Suharsaputra, 2012, h. 188)

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa Penelitian Kualitatif merupakan Penelitian yang bermaksud untuk memahami suatu fenomena, hubungan, kegiatan, situasi tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, Misalnya mengenai perilaku, persepsi, motivasi, ataupun tindakan yang kemudian data-data yang didapatkan diurai secara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan tulisan, tidak dalam suatu bentuk ataupun angka-angka.

Alasan peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif adalah untuk menganalisis lebih mendalam mengenai Strategi *Marketing* The Breeze BSD City dalam Menarik Minat Calon *Tenant*.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post-positivisme dimana pada paradigma ini mencoba untuk membuat realitas nyata yang akan dicocokkan dengan konsep dan teori yang sudah ada. Peneliti mengumpulkan segala hasil dari wawancara dan menyaring segala macam data yang peneliti dapat dan kemudian informasi tersebut disaring sehingga kebenarannya menjadi lebih kuat (Ardianto, 2010, h. 61). Dan peneliti mencoba untuk menghasilkan realitas nyata berdasarkan konsep yang sudah digunakan dengan hasil dari wawancara mengenai Strategi *Marketing Communication* The Breeze BSD City dalam Menarik Minat Calon *Tenant*.

Paradigma post-positivisme dilandasi oleh empat aspek (Denzim dan Lincoln, 2000: h.165-173), yaitu:

1. Ontologis: *historical realism* – dimana pada aspek ini mengamati tentang realitas semu yang secara langsung dibentuk oleh aspek sosial politik, budaya, ekonomi, etnis dan nilai yang direalisasikan melalui ruang dan waktu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan faktor-faktor kekuatan sosial dan budaya , dimana masyarakat sekarang sudah masuk ke kelas sosial menengah atas dimana mereka membutuhkan sarana seperti mal untuk sarana rekreasi maupun penat atas apa yang mereka lakukan sehari-harinya
2. Epistemologis: merupakan aspek yang menghubungkan peneliti dengan objek yang diteliti, hal tersebut bersifat transaksional atau subjektif. Oleh karena itu hubungan yang dijalankan oleh peneliti dengan objek penelitiannya selalu dihubungkan melalui nilai-nilai tertentu. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa realitas tersebut merupakan *value-mediated finding*.
3. Metodologis: Pada aspek ini menilai bahwa asumsi metodologis peneliti tentang bagaimana peneliti memperoleh pengetahuan mengenai objek penelitian, Sifatnya dialektik dan mengutamakan analysis yang bersifat kompherensif, kontekstual, dan analysis yang berkelanjutan.
4. Aksiologis: Pada aspek ini dinilai bahwa segala asumsi yang berkaitan dengan objek penelitian dipengaruhi oleh pemilihan nilai

etika dan moral dalam melakukan penelitian. Secara aksiologis paradigma post-positivisme peneliti berupaya menyocokkan segala macam sumber data yang ada dengan teori-teori yang digunakan didalam penelitian ini.

Maka didalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma post-positivisme dimana peneliti meneliti objek penelitian berdasarkan data-data yang didapatkan melalui berbagai sumber, dengan demikian peneliti melihat dari hasil penelitian tersebut apakah ada hasil yang tidak sesuai dengan apa yang dilakukan perusahaan dalam melakukan Strategi *Marketing Communications* didalam menarik minat calon *tenant* nya.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian secara umum dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan secara terstruktur, terencana, sistematis serta memiliki suatu tujuan tertentu baik tujuan praktis maupun tujuan teoritis (Semiawan, 2009, h. 5).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus, dimana menurut Ardianto (2010, h. 64), dalam menggunakan metode penelitian studi kasus peneliti harus menjalani penelitian secara intensif, mendalam, mendetail serta komprehensif.

Menurut Mulyana (2002, h. 201) studi kasus merupakan suatu uraian dan penjelasan kompherensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu

kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program maupun situasi sosial. Dalam metode penelitian ini, peneliti dituntut untuk menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek dari apa yang mereka teliti.

Terdapat Karakteristik metode studi kasus menurut Daymon & Holloway (2008, h. 164), yaitu:

1. Eksplorasi mendalam dan menyempit
2. Dibatasi oleh ruang dan waktu
3. Berfokus pada peristiwa nyata dalam konteks kehidupan sesungguhnya.
4. Diambil dari berbagai sumber informasi dan sudut pandang
5. Pandangan menyeluruh serta menyelidiki hubungan dan keterpautan
6. Fokus pada realitas yang diterima apa adanya, maupun realitas yang penting dan tidak biasa.
7. Bermanfaat untuk membangun, sekaligus menguji teori.
8. Bisa hanya merupakan suatu kilasan atau riset longitudinal tentang peristiwa yang sudah ataupun sedang terjadi.

Peneliti memilih metode penelitian studi kasus karena metode ini dinilai tepat dan dapat digunakan dalam penelitian yang sedang diteliti, karena melalui hasil studi kasus segala hasil dari penelitian dapat dideskripsikan secara mendetail, mendalam dan segala macam hasil dari penelitian dapat diambil melalui berbagai macam sumber data. Hasil dari penelitian ini tentunya didapatkan narasumber melalui wawancara serta studi pustaka, dimana dari hasil tersebut tentunya peneliti

mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan terkait *tool* dari *marketing communication* yang dilakukan oleh The Breeze BSD City didalam menarik minat calon tenannya.

### **3.3 Key Informan dan Informan**

Dalam penelitian kualitatif, Kriyantono (2009, h. 56-57) menjelaskan bahwa besarnya suatu populasi atau sampling sangatlah terbatas bahkan tidak diutamakan. Apabila didalam suatu penelitian jawaban dari informasi sudah dapat menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling yang lainnya, hal tersebut dikarenakan didalam penelitian kualitatif menekankan pada persoalan kedalaman data, bukan banyaknya data yang telah dikumpulkan.

Sampel pada penelitian kualitatif disebut sebagai informan atau subjek riset, dimana menyangkut orang-orang yang dipilih sebagai sumber wawancara ataupun sumber dari observasi berdasarkan tujuan riset. Disebut subjek riset karena Informan dianggap aktif didalam mengkonstruksi realitas, bukan sekedar objek yang hanya mengisi kuesioner (Kriyantono, 2009, h. 163).

Sementara itu, Bungin (2007, h. 138) menegaskan bahwa didalam penelitian kualitatif, pemilihan informan dengan maksud tidak selalu menjadi wakil dari seluruh objek penelitian, tetapi yang penting informan memiliki pengetahuan yang cukup serta mampu menjelaskan keadaan sebenarnya tentang objek yang sedang diteliti. Oleh karena itu, subjek penelitian atau informan sangat memiliki peranan

penting dalam memaparkan segala pandangan dan subjektifitas yang mungkin masing-masing berbeda satu sama lain.

Dengan demikian, maka peneliti menggunakan key informan, informan dan *expert* yang terdiri dari:

No.		Nama	Posisi
1	Key Informan	Viktor Irawan	Head Of The Breeze BSD City
2	Informan	Nurman Wahyudi	Marketing Communication
3	Expert	Sicilia Stephanie	PR Consultant Praxis

Peneliti memilih Key Informan Viktor Irawan dikarenakan nara sumber merupakan Head of The Breeze BSD City, karena beliau bertanggung jawab atas kegiatan terkait operasional mall secara keseluruhan setiap harinya, narasumber juga merupakan orang yang membuat setiap kegiatan terkait kegiatan marketing communications dari The Breeze BSD city, karena itu narasumber mengetahui seluk beluk atas apa yang diadakan di The Breeze BSD City, dari kegiatan terkait marketing communication ataupun kegiatan yang berkenaan dengan hal-hal lain seperti *parking, engineering, housekeeping, security* dan sebagainya karena narasumber merupakan project manager dari The Breeze BSD City

Peneliti memilih Informan Nurman Wahyudi dikarenakan, narasumber merupakan pihak internal dari perusahaan yang menjalankan kegiatan terkait event

promotion maupun kegiatan marketing communication yang the breeze lakukan, didalam masalah ini narasumber bertanggung jawab atas semua kegiatan terkait marketing communication yang The Breeze lakukan baik dari kegiatan terkait *advertising, sales promotions, public relations, direct marketing* maupun *personal selling* yang dilakukan oleh The Breeze BSD City.

Peneliti memilih narasumber *expert* Stephanie Sicilia dikarenakan , peneliti menilai bahwa narasumber cocok dijadikan *expert* dalam penelitian ini dikarenakan narasumber yang mengambil pendidikan S2 yang berfokus pada Bidang *Marketing Communications*, oleh karena itu peneliti menilai bahwa narasumber lebih memiliki pengalaman yang lebih terkait Kegiatan *Marketing Communications*, sehingga narasumber dapat menjawab serta memberikan pengarahan terhadap kegiatan Marketing Communication dalam konteks universal.

### **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut John W. Creswell (2003, h. 143), langka-langkah yang digunakan dalam pengumpulan data melibatkan penetapan batas-batas penelitian, pengumpulan informasi melalui pengamatan, wawancara, dokumen serta bahan-bahan *visual* dan menetapkan aturan dalam mencatat suatu informasi yang didapatkan, serta menyangkut dengan objek penelitian.

Kriyantono (2009, h. 41) membagi 2 jenis data berdasarkan sumbernya yaitu data primer dan data sekunder.



### **3.4.1. Data Primer**

Data Primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini dapat diperoleh dari melakukan wawancara ataupun observasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam dengan informan serta observasi non-partisipan untuk melakukan pengumpulan data.

### **3.4.2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari sumber sekunder yang bersifat melengkapi data primer. Data sekunder juga merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan oleh pihak lain. Data-data tersebut dapat didapatkan melalui perusahaan, internet, perpustakaan maupun lembaga pendidikan. Data-data tersebut digunakan peneliti dalam melengkapi data primer yang telah didapat.

## **3.5 Teknik Analisis Data**

Proses analisis data dimulai dengan menelaah semua data yang tersedia dari berbagai sumber, yaitu dengan melakukan wawancara, pengamatan yang sudah dilakukan dalam lapangan, dokumen pribadi, dokumen resmi, gambar, foto dan sebagainya (Moelong, 2010, h. 247). Analisis data merupakan proses dari

pengolahan seluruh data yang telah didapat serta interpretasi data yang telah didapatkan oleh peneliti.

Bodgan dan Bilken dalam (Moelong, 2010, h. 248) mendefinisikan analisis data kualitatif sebagai upaya yang telah dilakukan dengan cara mengorganisasikan data, memilah semuanya untuk dapat dikelola, mensintetiskannya, mencari dan menemukan pola yang tersedia, menemukan apa yang penting dan apa yang dapat dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Dalam riset kualitatif tahap analisis sangat memegang peranan yang sangat penting, hal tersebut dapat dijadikan sebagai faktor utama penilaian kualitas atau tidaknya riset yang dilakukan (Kriyantono, 2009, h. 194). Hal ini berarti bahwa dalam analisis data sangat dibutuhkan suatu kemampuan didalam menganalisis data secara mendalam.

Agar tujuan dari penelitian ini terstruktur dengan baik dan menghasilkan hasil penelitian dengan mudah. Peneliti menyertakan langkah-langkah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman (2009, h. 129), yaitu:

1. *Data Reduction*: dalam tahap ini data dari yang dikumpulkan oleh peneliti beserta hasil penelitian yang telah dikumpulkan dituangkan kedalam suatu bentuk laporan yang lengkap. Kemudian data-data tersebut dipilih kembali, mana data yang dibutuhkan dalam mendukung riset dan membuang data yang tidak diperlukan peneliti dalam menunjang hasil kerja dari riset yang sedang dilakukan.

2. Model Data: Dalam tahap ini suatu kumpulan informasi yang tersusun membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan suatu tindakan. Bentuk yang paling sering diambil dalam penelitian kualitatif adalah bentuk teks naratif.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi: Dari permulaan pengumpulan data, peneliti tentunya mulai memutuskan apakah makna dari data yang telah didapat, mencatat segala keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab dan akibat serta proporsisi-proporsisi yang ada.

### **3.6 Teknik Keabsahan Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk memeriksa keabsahan data. Menurut Moeleong (2010, h. 330), triangulasi merupakan suatu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan satu dengan yang lainnya.

Denzin dalam Moeleong (2010, h. 330-332) membedakan empat macam triangulasi yaitu melalui penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori.

#### **a. Sumber**

Triangulasi Sumber berarti membandingkan serta mengecek kembali suatu informasi yang didapatkan melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut didapatkan dengan cara:

1. Membandingkan hasil pengamatan dan hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan didepan umum dan dikatakan secara pribadi
3. Membandingkan suatu keadaan dan perspektif seseorang melalui status yang dimilikinya.
4. Membandingkan perkataan yang dikatakan oleh orang-orang baik pada waktu situasi penelitian maupun dikatakannya sepanjang masa.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan dengan penelitian.

Melalui triangulasi sumber, peneliti dapat memeriksa kembali hasil dari data yang dikumpulkan dengan membandingkannya dengan hasil yang didapat dari sumber lainnya.

**b. Metode**

Dalam triangulasi dengan Metode, Patton dalam Moelong (2010, h. 331) mengemukakan melalui 2 strategi yaitu:

1. Pengecekan melalui teknik pengumpulan data
2. Pengecekan melalui sumber data dengan metode yang sama.

**c. Penyidik**

Teknik triangulasi penyidik adalah Memanfaatkan peneliti

ataupun pengamat lainnya didalam keperluan untuk pengecekan kembali kepercayaan data untuk mengurangi adanya kemelencengan dalam pengumpulan data. Biasanya hal tersebut dilakukan dengan cara membandingkan hasil dari penelitian seorang analis satu dan analis lainnya.

d. **Teori**

Patton dan Moleong (2010, h. 331) berpendapat bahwa melalui triangulasi dengan teori, suatu objek penelitian dapat dilakukan dengan melakukan penjelasan banding dimana jika penulis telah menguraikan pola, hubungan serta penjelasan yang ada didalam suatu analisis, peneliti harus mencantumkan tema atau penjelasan pembanding. Dimana secara logika hal tersebut didapatkan melalui kemungkinan logis lainnya dan kemudian dari pemikiran tersebut dapat disimpulkan apakah kemungkinan-kemungkinan itu dapat ditunjang oleh data yang telah tersedia.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi metode, karena dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa metode pengumpulan data yaitu melalui wawancara mendalam, studi dokumentasi. Sehingga dari data yang peneliti dapatkan melalui wawancara dapat di gabungkan dengan data-data yang didapat melalui studi dokumentasi guna memperkuat hasil dari penelitian.

### 3.7 Fokus Penelitian

Fokus dari penelitian ini adalah tentang bagaimana strategi komunikasi pemasaran yang mengacu pada *Marketing Communication Planning Framework* oleh Chriss Fill yang terdiri dari beberapa tahap, yaitu:

1. *Context Analysis* (Analisis Konteks)
2. *Communication Goals* (Tujuan Komunikasi)
3. *Marketing Communication Strategies* (Strategi Komunikasi Pemasaran)
4. *Schedule* (Jadwal)
5. *Resources* (Sumber)
6. *Control and Evaluation* (Kontrol dan Evaluasi)

Segala macam tahapan dari *Marketing Communication Planning Framework* digunakan sebagai acuan dalam perencanaan strategi yang akan dilaksanakan sampai ke tahap evaluasi sebelum melakukan komunikasi pemasaran. Segala bentuk strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan bertujuan agar setiap aktivitas dari komunikasi pemasaran dapat berjalan dengan baik, jika segala bentuk aktivitas sudah berjalan dengan baik tentu saja pesan yang ingin disampaikan ke konsumen ataupun calon konsumen dapat langsung tersampaikan sehingga dapat dijadikan sebagai acuan untuk menemukan apa kebutuhan serta apa peluang yang didapat dalam menghadapi permasalahan yang sedang dilanda oleh perusahaan serta juga dapat membantu menganalisis Strategi *Marketing Communication The Breeze BSD City* dalam Menarik Minat Calon *Tenant*.