



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Sifat Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif pada penelitian ini. Menurut Salam (2011, h. 26), penelitian kualitatif memberikan penekanan kepada proses dan makna yang tidak diuji atau diukur secara ketat dalam arti kuantitas, jumlah intensitas atau frekuensi. Dengan kata lain pada penelitian kualitatif, adanya fokus perhatian dan penelitian pada realitas yang dibentuk secara sosial antara seorang peneliti dan objeknya beserta berbagai bentuk faktor situasional yang dapat mempengaruhi suatu penelitian.

Penelitian kualitatif cenderung menggunakan pendekatan yang naturalistik yang dialami oleh si peneliti sendiri. Hal ini merupakan salah satu manfaat yang bisa diraih dengan menggunakan penelitian kualitatif, di mana peneliti dapat dimudahkan untuk secara dekat terlibat dengan objek penelitiannya sehingga informasi yang didapat menjadi lebih dalam dan jelas.

Hal ini berbeda dengan penelitian kuantitatif di mana penelitian tersebut bergantung pada pengukurannya yang bersifat numerik atas fenomena-fenomena sosial, sangat terstruktur, sistematis, dan adanya penggunaan *variable* dan indikator yang hubungannya harus diformulasikan (Salam, 2011, h. 54). Penelitian kualitatif sendiri lebih berusaha untuk mengoptimalkan pada

penggalian “makna” yang diteliti secara mendalam sehingga peneliti dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu pengetahuan secara induktif.

Selain berjenis penelitian kualitatif, penelitian ini juga bersifat deskriptif. Dengan menggunakan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, peneliti akan berusaha untuk menggambarkan penelitian tanpa membuat perbandingan dengan *variable* lainnya. Hal ini mengingat bahwa penelitian yang bersifat deskriptif akan berusaha untuk menggambarkan dan menguraikan suatu fenomena sejelas mungkin, tanpa memberikan perlakuan khusus terhadap objek penelitiannya. Dengan kata lain, penelitian deskriptif berusaha untuk mendeskripsikan suatu fenomena secara sistematis, sesuai dengan apa adanya (Dantes, 2012, h. 51). Jadi, dengan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif, peneliti berusaha untuk memaparkan topik mengenai kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Hotel Le Meridien Jakarta secara terperinci.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus. Creswell (1998, di dalam Salam, 2011, h. 99) menjelaskan studi kasus sebagai eksplorasi terhadap suatu sistem yang terbatas yang berupa kasus atau berbagai kasus melalui pengumpulan data yang detail dan mendalam yang melibatkan berbagai sumber informasi yang kaya dalam arti konteks. Yang dimaksud dengan terbatas adalah adanya batasan ruang dan waktu dalam penelitian ini, dan yang dimaksud dengan kasus dapat berupa suatu program, peristiwa, kegiatan, individu atau kelompok.

Studi kasus juga dapat diartikan sebagai salah satu metode yang berisi uraian dan penjelasan yang komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi sosial (Mulyana, 2013, h. 201). Penelitian yang menggunakan metode studi kasus idealnya bersifat kualitatif karena dalam melakukan penelitian, pengamatan dan wawancara yang dilakukan peneliti merupakan hal yang diutamakan. Walaupun memang di saat melakukan penelitian dengan metode studi kasus juga dapat menggunakan angka statistik, namun data tersebut hanyalah sebagai pelengkap.

Metode studi kasus memiliki ciri-ciri tersendiri. Ciri-ciri tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut (Ruslan, 2013, h. 230).

1. Partikularistik: studi kasus fokus pada situasi, peristiwa, program khusus, atau fenomena-fenomena kejadian tertentu.
2. Deskriptif: Hasil akhir dari penelitian yang menggunakan metode ini menghasilkan sebuah deskripsi detail.
3. Heuristik: Metode studi kasus dapat membantu khalayak dalam memahami apa yang ada pada penelitian, yang memang menjadi tujuan dari metode studi kasus.
4. Induktif: Metode ini berangkat dari fakta dan data lapangan, kemudian disimpulkan ke dalam tataran konsep dan teori tertentu.

Sebagai metode yang bersifat *multidimensional* dan menelaah suatu kasus secara menyeluruh, Mulyana (2013, h. 201) menjelaskan bahwa metode ini bertujuan untuk memberikan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti. Untuk itu, peneliti memilih metode studi kasus yang bersifat

deskriptif dengan mempelajari objek penelitiannya dengan mendalam hingga peneliti dapat memperoleh informasi menyeluruh dan lengkap mengenai objek tersebut beserta dengan lingkungannya.

Dengan sifat studinya yang intensif, studi kasus juga dapat mengungkapkan fakta-fakta mengenai hubungan antarvariabel yang sebelumnya tidak diperkirakan orang (Dantes, 2012, h. 52). Untuk itu, dengan menggunakan metode studi kasus, peneliti berharap dapat memberikan pandangan secara mendalam mengenai kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Hotel Le Meridien Jakarta.

3.3 Informan

Penelitian ini dirumuskan berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan beberapa informan. Adapun informan yang ditunjuk adalah mereka yang memiliki kaitan dengan fokus penelitian ini. Pihak tersebut perlu memiliki kredibilitas dan hubungan dengan kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Hotel Le Meridien Jakarta. Hal itu tentu sangat diperlukan terutama untuk penentuan *key informan* yang dibutuhkan.

Selain pemilihan *key informan* utama, peneliti juga memerlukan narasumber tambahan yang diperlukan untuk melengkapi data-data yang dibutuhkan sehingga hasil dari penelitian menjadi lebih lengkap. Selain itu, peneliti juga membutuhkan *informan* ahli yang betul-betul mengerti mengenai konsep *marketing communication* sehingga dalam penjabaran pembahasan bukan merupakan penilaian subjektif dari peneliti saja, melainkan dipastikan dengan

membahasnya bersama informan ahli. Berikut ini adalah beberapa narasumber yang akan peneliti wawancarai dalam melakukan penelitian ini.

Tabel 3.1 Daftar *Informan*

Narasumber	Nama dan Jabatan	Alasan Pemilihan
<i>Key Informan</i>	Arditya Putra - <i>Marketing Communication Manager</i>	Narasumber ini dijadikan sebagai <i>key informan</i> karena narasumber adalah orang yang mengetahui dan terlibat langsung dengan pelaksanaan kegiatan komunikasi pemasaran yang sesuai dengan objek penelitian dari peneliti. Divisi <i>Marketing Communication</i> sendiri berada di bawah Departemen <i>Sales dan Marketing</i> , dan secara khusus beliau fokus pada aktivitas komunikasi pemasaran di bawah <i>department</i> tersebut, dengan dibantu dengan <i>sales team</i> lainnya.
<i>Informan</i>	Ismet Ismatulloh – <i>Sales Specialist</i>	Narasumber terjun langsung ke lapangan dalam menjalankan beberapa kegiatan komunikasi pemasaran. Walaupun tidak berada secara khusus ada dalam Divisi <i>Marketing Communication</i> , Bapak Ismet menjalankan tugas-tugas lapangan yang ada dalam salah satu kegiatan komunikasi pemasaran.

<i>Informan</i>	Tomy Sibarani – <i>Sales Coordinator</i>	Narasumber dipilih karena merupakan bagian <i>sales team</i> yang turut membantu kegiatan <i>marketing communication</i> dan terjun langsung ke lapangan dalam menjalankan kegiatan komunikasi pemasaran.
<i>Informan Ahli</i>	Cindy Ayu Agustin – Dosen <i>Marketing Communication</i>	Narasumber dipilih karena beliau memiliki pengertian yang mendalam mengenai konsep <i>marketing communication</i> dan konsep-konsep terkait. Beliau adalah seorang dosen di Universitas Bina Nusantara yang memang khusus mengajar mengenai <i>marketing communication</i> . Ibu Cindy dapat membantu menganalisis kegiatan komunikasi pemasaran yang dijalankan Hotel Le Meridien Jakarta secara lebih objektif.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

Data primer merupakan data utama yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan suatu penelitian. Data primer juga merupakan data yang diperoleh secara langsung melalui sumbernya. Data ini tentu sangat penting karena pengumpulan data merupakan dasar penggerak penelitian itu sendiri. Untuk itu, dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik wawancara mendalam sebagai data primer.

Wawancara sendiri menurut Mulyana (2013, h. 183) adalah sebuah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-

pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Sedangkan untuk wawancara mendalam, peneliti lebih berusaha untuk mengambil peran pihak yang diteliti, dan secara intim menyelam ke dalam dunia psikologis dan dunia mereka (Mulyana, 2013, h. 183). Dengan kata lain, peneliti berusaha untuk mendorong pihak yang diwawancarai dengan berbagai cara untuk mengemukakan semua gagasan dan perasaannya dengan bebas dan nyaman sehingga informasi yang didapatkan peneliti merupakan informasi yang mendalam dan dapat menjawab tujuan penelitian.

Untuk itu dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara kepada narasumber yang mempunyai peran langsung terhadap kegiatan komunikasi pemasaran yang dilakukan Hotel Le Meridien Jakarta. Seluruh narasumber tersebut dipilih dengan kriteria bahwa mereka memiliki pengetahuan yang mendalam terhadap kegiatan komunikasi pemasaran agar informasi yang peneliti dapatkan menjadi lebih dalam dan dapat berguna.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan data pendukung yang dibutuhkan untuk mendukung data primer demi menjawab tujuan penelitian. Pada penelitian ini, data sekunder yang akan digunakan peneliti ada data-data yang berasal dari materi tertulis yang relevan dengan topik yang diangkat dalam penelitian ini.

Data-data yang didapatkan melalui studi kepustakaan ini digunakan untuk menganalisis data primer yang sudah didapatkan. Data yang diambil oleh peneliti bersumber dari buku-buku referensi, jurnal, penelitian lain, dan data internal dari perusahaan.

3.5 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan proses yang sangat penting dalam sebuah penelitian. Hal ini melihat bahwa pada tahap ini, peneliti dapat merumuskan sebuah hasil yang sesuai dengan menjawab tujuan awal yang ditetapkan berdasarkan kaidah ilmiah yang tepat. Teknik analisis data sendiri merupakan sebuah proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah dikumpulkan untuk meningkatkan pemahaman mengenai materi-materi tersebut dan memungkinkan menyajikan apa yang sudah ditemukan (Emzir, 2012, h. 85). Dengan menelaah data-data yang sudah tersedia dan dikumpulkan dari berbagai sumber yang merupakan hasil pengamatan, peneliti akhirnya dapat menganalisis data tersebut.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data yang dirumuskan oleh Miles dan Huberman dan terbagi menjadi tiga tahapan kegiatan yang perlu dilakukan dalam menganalisis data kualitatif ini. Teknik-teknik tersebut dapat dijelaskan lebih lanjut sebagai berikut (Emzir, 2012, h. 129-133)

1. Reduksi Data: Reduksi data dilakukan dengan melakukan proses pemilihan, pemusatan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang ada dalam catatan lapangan peneliti. Dengan teknik ini, peneliti perlu menganalisis dengan mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, dan menyusun data sehingga kesimpulan akhir dapat dirumuskan. Hal ini dilakukan sehingga peneliti dapat menyimpulkan hasil

penelitian dengan lebih mudah karena adanya penyaringan data yang benar-benar dibutuhkan.

2. Model Data (*Data display*): Model data merupakan suatu kumpulan informasi yang sudah tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan.
3. Penarikan atau Verifikasi Kesimpulan: Setelah melewati kedua tahap sebelumnya, akhirnya peneliti dapat melakukan penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hal ini dilakukan dari awal permulaan pengumpulan data, lalu peneliti akan memutuskan untuk menarik atau mengambil makna dari seluruh data yang ada, yang tentu diuji kepercayaan, kekuatan, dan konfirmabilitas.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Untuk melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai pemeriksa keabsahan data. Teknik triangulasi sendiri adalah proses penguatan bukti dari beberapa individu yang menjadi informan dalam penelitian yang berbeda dari teknik pengamatan sebelumnya dan melakukan wawancara dengan informan yang berbeda dari informan yang telah diwawancara sebelumnya (Emzir, 2012, h. 79). Dengan kata lain, peneliti membandingkan hasil wawancara yang ada dengan objek penelitian peneliti.

Menurut Moleong (2004, di dalam Ruslan, 2013, h. 219), teknik pemeriksaan keabsahan data dengan triangulasi yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembanding dapat dilakukan dengan menggunakan sumber,

metode, penyidik, dan teori dalam penelitian secara kualitatif. Hal-hal tersebut dapat dijabarkan lebih lanjut sebagai berikut (Ruslan, 2013, h. 219-220).

1. Teknik triangulasi dengan sumber dilakukan dengan membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dengan menggunakan waktu dan alat yang berbeda melalui perbandingan data hasil pengamatan dengan hal-hal sebagai berikut.
 - a. Perbandingan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
 - b. Perbandingan apa yang dikatakan seseorang di depan umum dengan apa yang diucapkan secara pribadi
 - c. Perbandingan apa yang dikatakan tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
 - d. Perbandingan keadaan dan perspektif seseorang berpendapat sebagai rakyat biasa, dengan yang berpendidikan dan pejabat pemerintahan.
2. Teknik triangulasi dengan metode memiliki dua strategi yang digunakan yaitu sebagai berikut.
 - a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data
 - b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Teknik triangulasi penyidik dilakukan dengan menggunakan penelitian atau pengamat lainnya untuk melakukan pengecekan kembali pada derajat kepercayaan data yang telah peneliti kumpulkan. Hal ini dilakukan untuk mengurangi pelencengan dengan pengumpulan suatu data hasil penelitian.

4. Teknik triangulasi teori digunakan berdasarkan anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu teori atau lebih, dan dapat dilaksanakan dengan penjelasan banding.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber. Peneliti menggunakan data atau informasi dari *key informan* untuk memeriksa kebenaran dan membahas kegiatan komunikasi pemasaran sesuai informasi yang diperoleh dan juga berasal dari informan lainnya untuk mencari hasil penelitian ini. Selain itu, sumber data juga tidak hanya berasal dari wawancara melainkan dibantu dari sumber pustaka.

