



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 Jenis dan Sifat Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Menurut Creswell (2014, h. 4) ada 3 (tiga) tipe pendekatan yang dapat digunakan dalam penelitian, yaitu kualitatif, kuantitatif, dan *mix-methods*. Terdapat perbedaan antara penelitian kualitatif dan kuantitatif yaitu pada bentuk data. Penelitian kualitatif menggunakan metode pencarian data dengan *open-ended questions* (pertanyaan terbuka) untuk menghasilkan data berupa kata-kata yang dielaborasi, sedangkan penelitian kuantitatif menggunakan *close-ended questions* (pertanyaan tertutup) untuk mendapatkan data berupa angka. Kemudian penelitian *mixed-methods* merupakan gabungan elemen dari penelitian kualitatif dan kuantitatif.

Berdasarkan pernyataan umum tersebut, maka penulis dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Hal ini berdasarkan penulis menggunakan karakteristik yang sama dengan karakteristik umum penelitian kualitatif yang dikemukakan oleh Creswell (2014, h. 185-186), sebagai berikut:

1) Situasi penelitian alamiah

Penelitian dengan metode pendekatan kualitatif berusaha untuk memahami situasi alami dari suatu isu atau masalah yang dijadikan sebagai kajian penelitian. Oleh karena itu, proses pengumpulan data dilakukan pada lokasi tempat narasumber berperan aktif dalam masalah penelitian tanpa adanya distraksi dari peneliti. Lalu peneliti akan mengumpulkan informasi melalui pengamatan dan interaksi secara langsung dengan narasumber.

2) Peneliti sebagai instrumen utama

Peneliti pada penelitian kualitatif merupakan instrumen utama untuk proses pengumpulan data, dimana peneliti akan terlibat langsung melalui observasi perilaku, telaah dokumen, dan wawancara narasumber.

3) Lebih dari satu sumber data

Peneliti pada pendekatan penelitian kualitatif akan mengumpulkan berbagai sumber data, seperti observasi, hasil wawancara mendalam dan dokumen.

4) Analisis data induktif dan deduktif

Pada penelitian kualitatif, peneliti berupaya membangun pola, kategori, dan tema dengan mengorganisasikan data terlebih dahulu sehingga membentuk sebuah unit informasi yang jelas dan konseptual. Proses induktif mengilustrasikan proses kerja berulang antara tema dan data yang terkumpul sehingga dapat dihasilkan sebuah tema yang komprehensif. Kemudian pada proses deduktif, peneliti kembali melihat data yang telah dihimpun untuk menentukan apakah pengumpulan data tambahan diperlukan atau tidak.

5) Pandangan narasumber

Dalam proses penelitian kualitatif, peneliti harus teliti dan dalam meneliti setiap narasumber dan harus berusaha memahami perspektif masing-masing narasumber terhadap masalah.

6) Rancangan penelitian yang fleksibel

Walaupun peneliti telah memiliki rancangan penelitian yang telah disusun dari awal, proses penelitian kualitatif harus bersifat fleksibel sehingga dapat diubah secara

spontan. Hal ini berguna agar peneliti dapat lebih dalam mengungkap fakta-fakta dan informasi baru dari masalah penelitian. Contoh, pertanyaan-pertanyaan baru yang dihasilkan oleh peneliti secara spontan saat wawancara dilakukan serta sumber data yang terbaru yang diberikan oleh narasumber

7) Bersifat reflektif

Peneliti juga perlu merefleksikan pengalaman pribadi, dan latar belakang personal budaya dari peneliti sehingga dapat bersifat subjektif atau berdampak dalam membentuk interpretasi peneliti terhadap hasil penelitian. Oleh karena itu, penelitian kualitatif dapat memperlihatkan lebih dari satu sudut pandang yang berbeda tetapi tetap dari satu masalah yang sama

8) Pengamatan secara menyeluruh

Peneliti harus mampu mengembangkan gambaran kompleks dari masalah penelitian secara keseluruhan. Gambaran tersebut meliputi faktor-faktor dan perspektif yang terlihat di dalam masalah penelitian. Maka dari itu,

peneliti pada riset kualitatif menjadikan faktor-faktor yang ada sebagai interaksi yang menghasilkan suatu kesatuan dan harus mengidentifikasi secara mendalam interaksi tersebut.

3.1.2 Sifat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini bersifat deskriptif. Gulo (2002, h. 19) menjelaskan bahwa penelitian deskriptif mengacu pada pertanyaan “bagaimana”. Temuan dari penelitian deskriptif menguraikan secara luas dan terperinci seluruh faktor yang terlibat di dalam masalah penelitian.

Sesuai dengan pemahaman di atas, penelitian ini ingin menjawab rumusan masalah yaitu bagaimana aktivasi program *integrated marketing communication* yang dilakukan oleh Migelas Protevit melalui *event sponsorship*. Jawaban atas rumusan masalah tersebut nantinya akan dideskripsikan secara terperinci, melalui interpretasi yang dihasilkan oleh peneliti berdasarkan data yang dikumpulkan dan pandangan dari masing-masing narasumber.

3.1.3 Paradigma Penelitian

Creswell (2014, h. 6) memandang paradigma sebagai pedoman umum penelitian yang dipegang oleh peneliti mengenai dasar penelitian.

Terdapat empat macam paradigma dikemukakan oleh Creswell, yaitu post-positivis, konstruktivis, transformatif, dan pragmatis.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan paradigma konstruktivis sosial Menurut Creswell (2014, h. 8), umumnya paradigma ini dipandang sebagai sebuah pendekatan untuk penelitian kualitatif. Paradigma ini memiliki asumsi bahwa individu berusaha memahami lingkungan sekitar dimana mereka hidup dan bekerja. Individu mengkonstruksi makna atau pandangan subjektif dari pengalaman yang mereka rasakan terhadap suatu hal. Pandangan tersebut dapat beragam sehingga menuntut peneliti untuk melihat kompleksitas dari berbagai pandangan yang ada. Maka dari itu, orientasi dari penelitian dengan paradigma ini adalah mengandalkan sebanyak mungkin pandangan subjektif narasumber terhadap situasi yang menjadi kajian penelitian.

Peneliti akan menanyakan pertanyaan yang bersifat umum dalam bentuk diskusi, sehingga peneliti dapat menghasilkan pertanyaan-pertanyaan kritis yang baru sesuai dengan hasil diskusi dengan narasumber. Hal ini juga bertujuan agar narasumber dapat mengemukakan pandangannya terhadap masalah penelitian secara mendalam. Tetapi, faktor latar belakang peneliti dapat memberikan dampak terhadap interpretasi dan posisi mereka terhadap penelitian. Maka paradigam ini

membutuhkan proses kerja induktif yang akan membentuk suatu pola dari kumpulan pandangan.

Sesuai dengan pemahaman dari Creswell, penelitian ini akan menghasilkan pandangan dari empat narasumber terkait aktivasi program *integrated marketing communication* Migelas Protevit melalui *event sponsorship*. Peneliti akan mengajukan beberapa pertanyaan melalui sesi wawancara yang akan dijawab oleh masing-masing narasumber sesuai dengan pandangan masing-masing. Hasil data wawancara dari keempat narasumber akan diolah lebih lanjut untuk menemukan pola dari seluruh pandangan yang pada akhirnya membangun sebuah konstruksi mengenai aktivasi program *integrated marketing communication* Migelas Protevit melalui *event sponsorship*

3.2 Metode Penelitian

Creswell (2014, h. 13-14) menyatakan setidaknya ada lima strategi penelitian atau metode pada riset kualitatif, yaitu etnografi, teori *grounded*, studi kasus, riset fenomenologi, dan riset naratif. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, yakni sebuah penelitian dimana peneliti harus melakukan eksplorasi secara mendalam dan terperinci mengenai suatu program, acara, aktivitas, proses, atau individu tertentu.

Pada penelitian ini studi kasus dilakukan terhadap *event sponsorship* yang dilakukan oleh Migelas Protevit. Penelitian akan

mendalami strategi dari Migelas Protevit dalam membangun *brand association* melalui aktivitas *event sponsorship*. Penelitian ini nantinya menggunakan multisumber, yaitu hasil wawancara dengan narasumber ditambah dengan studi literatur dan dokumen terkait masalah penelitian.

3.3 Informan

Dalam penelitian Aktivasi Program *Integrated Marketing Communication* melalui *event sponsorship* : Studi terhadap Brand Migelas Protevit, peneliti akan melakukan wawancara dari tiga orang informan yaitu informan kunci, informan ahli, dan informan tambahan.

1) Informan kunci

A. Alexander Supriadi, *Brand Manager* Migelas

Protevit, PT Mayora Indah Tbk. Alexander Supriadi

merupakan mahasiswa lulusan Universitas

Parahyangan Bandung. Ia memulai karirnya di PT

Bayer Indonesia sebagai *Assistant Brand Manager*,

sampai akhirnya ia pindah ke PT Mayora Indah Tbk


dan menjabat sebagai *Brand Manager* untuk *brand*

Migelas Protevit. Sebagai *Brand Manager*, ia

bertanggung jawab untuk melakukan strategi


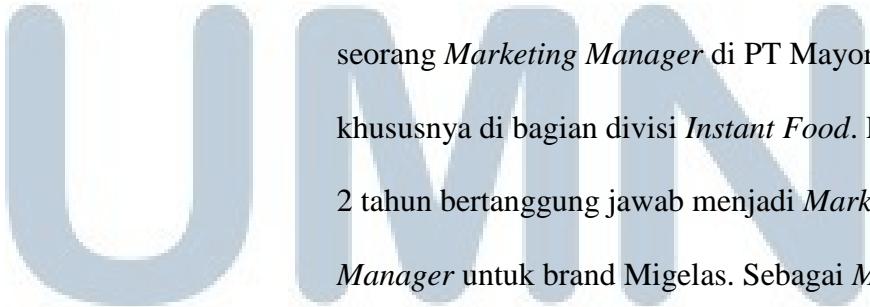
komunikasi untuk meningkatkan *image* dan *sales*

dari Migelas Protevit. Ia memiliki wewenang untuk



menjalankan segala bentuk *brand activation* dimulai dari *research, monitoring, event marketing, event sponsorship, loyalty program*, dan segala bentuk kegiatan promosi. Dalam menjalankan tugasnya, Alexander hanya dibantu oleh 1 orang admin yang membantu dalam proses budgeting dan harus berkoordinasi dengan *Marketing Manager* untuk kegiatan evaluasi dari seluruh *brand activation* yang sudah dijalankan.

B. Riza Furchan, *Marketing Manager* Migelas Protevit.



Riza Furchan merupakan mahasiswa lulusan Ilmu Hubungan Internasional dari Universitas Erlangga yang lahir tahun 2 Mei 1979. Ia bekerja menjadi seorang *Marketing Manager* di PT Mayora Indah dan khususnya di bagian divisi *Instant Food*. Riza sudah 2 tahun bertanggung jawab menjadi *Marketing Manager* untuk brand Migelas. Sebagai *Marketing Manager*, ia berkewajiban untuk melakukan analisis *brand* secara mendalam dan memikirkan tujuan pemasaran *brand* dalam jangka panjang serta memantau perkembangan *brand* dari waktu ke waktu. Riza memiliki wewenang penting atas semua

brand activation yang dilakukan oleh *Brand Manager*.

2) Informan Ahli

A. Erick Tibuludji, *Brand Consultant Internal*.

Erick merupakan seorang *Brand Consultant* yang dipercaya oleh Migelas untuk melakukan segala jenis perencanaan atas strategi pemasaran yang akan dilakukan. Ia sudah bekerja di PT Mayora khususnya untuk brand Migelas Protevit sejak 2016. Ia

merupakan mahasiswa Fakultas Ekonomi lulusan

Universitas Katolik Atma Jaya Jakarta. Ia memiliki

pengalaman kerja menjadi *Brand Consultant* selama

11 tahun mulai dari tahun 2006. Ia menjabat menjadi

Creative Brand Strategic Planning Director dari


perusahaan *Mcomm Creative Activation*.

B. Deni Kurniawan. Selaku koordinator *event* yang biasa

mengeksekusi kegiatan *event sponsorship* Migelas

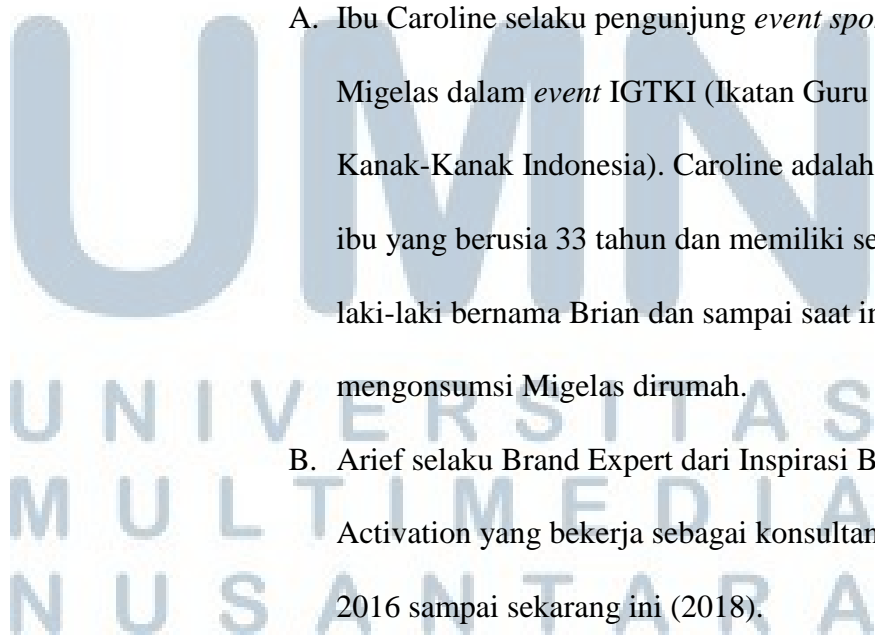
Protevit dilapangan dan juga mengarahkan tim

lapangan untuk menyusun properti di lapangan.



Deni bekerja diperusahaan yang sama dengan Erick yaitu di *Mcomm Creative Activation* sejak 2015. Ialah yang melakukan tugas eksekusi *event* atas perintah dari tim internal Migelas dan Erick sebagai direktur perusahaan. Ia merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi lulusan Universitas Tarumanegara tahun 2013. Ia memiliki kewajiban untuk melakukan eksekusi *event* dari mulai bertemu dengan pihak penyelenggara, negosiasi, dan juga pelaksanaan sampai laporan evaluasi.

3) Informan Tambahan



A. Ibu Caroline selaku pengunjung *event sponsorship* Migelas dalam *event* IGTKI (Ikatan Guru Taman Kanak-Kanak Indonesia). Caroline adalah seorang ibu yang berusia 33 tahun dan memiliki seorang anak laki-laki bernama Brian dan sampai saat ini mengonsumsi Migelas dirumah.

B. Arief selaku Brand Expert dari Inspirasi Brand Activation yang bekerja sebagai konsultan dari tahun 2016 sampai sekarang ini (2018).

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Creswell (2014, h. 190) mengatakan terdapat empat cara yang dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif, antara lain observasi dari pengalaman kerja magang yang sudah penulis lakukan pada periode maret sampai juli 2017, wawancara, telaah dokumen, dan pengambilan materi audio visual. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua jenis sumber data melalui penggabungan beberapa teknik pengumpulan data yang berbeda, yaitu:

3.4.1 Data Primer

Sumber data primer atau utama dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik wawancara kualitatif. Creswell (2014, h. 190), menyebutkan sejumlah cara bagi peneliti untuk melakukan wawancara, yaitu melalui pertemuan tatap muka, wawancara melalui telepon, *e-mail* (surat elektronik) , atau mengadakan *focus group discussion*. Demi mendapatkan pandangan serta opini dari narasumber, peneliti menanyakan beberapa pertanyaan terbuka secara tidak terstruktur,

Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara terhadap empat narasumber dengan peran, keahlian, dan sudut pandang pemikiran yang berbeda dan juga melandasi hasil penelitian berdasarkan observasi sesuai pengalaman kerja magang penulis di Migelas.

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang berperan sebagai pelengkap data primer, maka peneliti akan melakukan telaah dokumen, seperti *report event sponsorship*, jurnal, buku, data-data berupa proposal pengajuan, dan dokumentasi *event*. Data tersebut akan dijadikan sebagai data sekunder yang akan membantu peneliti mendapatkan hasil akhir penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Menurut Miles, Huberman, dan Saldana (2014, h. 12-14), proses analisis data adalah proses yang dilakukan secara interaktif dan dapat terjadi secara bersamaan. Aktivitas tersebut merupakan kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan *conclusion drawing/verfications*.

1) *Data Condensation*

Kondensasi data adalah proses pemilahan, penekanan, dan penyederhanaan data, kemudian menjabarkannya menjadi sebuah transkrip wawancara, atau materi empiris lainnya.

Pada tahap ini, peneliti hanya akan menyadur data yang penting dan membantu penulis untuk menarik kesimpulan.

2) *Data Display*

Selain menggunakan penjabaran hasil wawancara berupa teks, bentuk data lain seperti diagram, matriks, dan gambar juga sangat diperlukan untuk membantu penulis mendapatkan kesimpulan yang kuat.

3) *Drawing and Verifying Conclusions*

Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah upaya untuk memahami makna dari keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat dan proposisi. Proses penarikan kesimpulan memerlukan verifikasi berulang yang sangat teliti, yaitu dengan proses intersubjektivitas. Jika hasil verifikasi telah valid, maka barulah dapat ditarik sebuah kesimpulan pasti.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Uji keabsahan data merupakan hal yang sangat berperan penting dalam suatu penelitian. Setelah dilakukan uji keabsahan data berulang kali, barulah peneliti dapat menarik kesimpulan yang kuat. Uji keabsahan data bertujuan untuk memahami berbagai pandangan yang ada, terutama karena penelitian kualitatif disusun berdasarkan hasil dari subjektivitas.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi sebagai teknik keabsahan data.

Menurut Denzin (1970 dikutip dalam Flick, 2014, h. 183), triangulasi merupakan strategi konstruksi teori yang paling tepat. Berikut adalah empat jenis triangulasi menurut Denzin :

1) Triangulasi data

Peneliti harus mengumpulkan berbagai sumber data yang berbeda. Menurut Denzin, triangulasi data dapat dibedakan antara waktu, tempat, dan narasumber. Triangulasi data dapat dihasilkan oleh penulis dengan cara mempelajari suatu situasi sosial pada waktu dan tempat yang berbeda, serta dari narasumber yang berbeda.

2) Triangulasi investigator

Menggunakan pengamat atau pewawancara yang berbeda untuk mendeteksi atau meminimalisir bias yang mungkin dihasilkan oleh subjektivitas peneliti.

3) Triangulasi teori

Penggunaan lebih dari satu pandangan teori guna interpretasi data.

4) Triangulasi metodologi

Penggunaan lebih dari satu metode untuk pengumpulan data.

Penulis akan menggunakan teknik triangulasi data. Sebagaimana yang sudah dijelaskan, peneliti akan mengumpulkan data dari beberapa narasumber. Sumber data primer akan didapatkan berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, informan ahli, dan informan tambahan, kemudian sumber data sekunder akan didapatkan melalui studi literatur dan data hasil rekap perusahaan.

3.7 Fokus Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti berfokus pada strategi dan pelaksanaan IMC yang dilakukan oleh Migelas Protevit sesuai dengan *IMC Planning Process* menurut George E. Belch & Michael A. Belch, yang terdiri dari beberapa tahap, antara lain:

1. *Review Of Marketing Plan*
2. *Analysis Of Promotional Program Situation*
3. *Analysis Of Communication Process*
4. *Budget Determination*
5. *Developing Integrated Marketing Communication Program*
6. *Integrate And Implement Marketing Communication Strategy*
7. *Monitoring, Evaluation, And Control.*