



### **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 Pendekatan Penelitian

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut John Creswell dalam Raco (2010:7), penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan atau penelusuran yang dilakukan guna mengeksplorasi dan memahami suatu gejala sentral. Dalam pendekatan ini, peserta penelitian disebut sebagai partisipan karena sifatnya yang aktif dalam menjawab pertanyaan dari peneliti.

*“Secara historis, implementasi penelitian kualitatif bermula dari pengamatan. Sebagai perbandingan, pada penelitian kuantitatif, pengamatan berkenaan dengan pengukuran tingkatan dengan suatu ciri tertentu. Namun, penelitian kualitatif menunjuk pada segi alamiah yang dipertentangkan dengan kuantum (jumlah).”* – Prastowo (2011:21)

*“Penelitian kualitatif adalah peneltian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian (contohnya: perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya) secara holistic, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah.”* – Moleong dalam Prastowo (2011:23-24)

*“Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya yang eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai kunci. Teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif atau kualitatif, dan hasil kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.”* – Sugiyono (2009:9)

Menurut Raco (2010:56), penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik, yaitu pendekatan pada lingkungan yang alamiah (*naturalistic setting*), bersifat induktif, fleksibel, berkaitan dengan pengalaman langsung, kedalaman (*indepth*), proses, menangkap arti (*verstehen*), keseluruhan (*wholeness*), membutuhkan partisipasi aktif dari partisipan, serta menciptakan penafsiran (*interpretation*).

### 3.2 Sifat Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat deskriptif.

*“Penelitian deskriptif adalah suatu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui gambaran suatu variabel, baik satu variabel atau lebih, tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkannya dengan variabel lain.”* – Abdurrahman (2011:7)

Dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif–deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran tentang suatu masalah, fenomena, atau peristiwa secara mendalam, sehingga dapat membentuk sebuah pemahaman yang baru. Salah satu ciri-ciri yang paling menonjol dari penelitian ini adalah data yang diperoleh bukanlah dalam bentuk angka, melainkan berupa kata-kata atau gambar.

Cara mendapatkan data dengan kegiatan eksplorasi lapangan (*grounded*), melibatkan hubungan sebab-akibat, serta mengkaji suatu program dinilai tidak sesuai untuk penelitian ini. Maka dari itu, penulis memilih penelitian dengan sifat deskriptif.

### 3.3 Metode Penelitian

Raco (2010:5) menjelaskan bahwa secara umum, metode penelitian didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang terencana, terstruktur, sistematis, dan memiliki tujuan tertentu baik praktis maupun teoritis. Terdapat beberapa metode dalam penelitian kualitatif (Creswell dalam Raco, 2010:37), yaitu biografi, fenomenologi, etnografi, *grounded theory*, dan studi kasus. Metode studi kasus adalah salah satu metode paling tepat yang kemudian digunakan oleh penulis. Dapat dikatakan paling tepat karena dalam metode studi kasus, peneliti dapat menggunakan berbagai macam sumber data untuk meneliti, menguraikan, serta menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2006:65).

Metode studi kasus adalah bagian dari metode kualitatif yang hendak mendalami suatu kasus tertentu secara lebih mendalam dengan melibatkan pengumpulan beraneka sumber informasi (Raco, 2010:49). Patton dalam Raco (2010:49) juga berpendapat bahwa studi kasus adalah studi tentang kekhususan dan kompleksitas suatu kasus tunggal dan berusaha untuk mengerti kasus tersebut dalam konteks, situasi, dan waktu tertentu.

*“Studi kasus merupakan riset yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan jelas, dan di mana multisumber bukti dimanfaatkan.”* – Yin dalam Kriyantono (2006:65)

Berikut adalah ciri-ciri dari metode studi kasus dalam penelitian kualitatif (Kriyantono, 2006:66):

### **3.3.1 Partikularistik**

Terfokus pada situasi, peristiwa, program, atau fenomena tertentu.

### **3.3.2 Deskriptif**

Hasil akhir metode ini adalah deskripsi detail dari topik yang diteliti.

### **3.3.3 Heuristik**

Metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diteliti. Interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus.

### **3.3.4 Induktif**

Berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep atau teori (khusus ke umum).

Sebenarnya, terdapat tiga bentuk dari metode studi kasus, yaitu deskriptif, eksplorasi, dan eksplanatori (Raco, 2010:50). Bentuk deskriptif berarti adanya pemberian gambaran dari suatu realita. Bentuk eksploratif mencari tahu secara lebih dalam terkait suatu fenomena agar dapat membentuk hipotesis. Eksplanatori yaitu bentuk yang berusaha untuk mencari keterangan atas aspek-aspek dan juga hubungan sebab-akibat. Ketiga bentuk tersebut terlihat memiliki perbedaan, namun semuanya sama-sama ingin mengungkap arti yang lebih dalam terhadap suatu kasus yang sedang diteliti.

### 3.4 Key Informan dan Informan

Informan atau narasumber adalah orang yang memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti (Simatupang, 2006:119). Dalam memilih partisipan dalam penelitian kualitatif, dibutuhkan beberapa persyaratan yang harus dipenuhi (Raco, 2010:109), yaitu:

- 1) Memiliki informasi yang dibutuhkan,
- 2) Memiliki kemampuan untuk menceritakan pengalamannya,
- 3) Benar-benar terlibat dengan peristiwa yang diteliti,
- 4) Bersedia untuk ikut serta diwawancarai, dan
- 5) Mereka harus tidak berada di dalam tekanan, melainkan penuh kerelaan dan kesadaran akan keterlibatannya.

Yang menjadi *key* informan dalam penelitian ini adalah Wisnu Wahyu Riyadi, selaku *General Manager of Marketing Research and Media Analyst* sekaligus *Brand Manager* dari TEBS dan Creso dari PT. Sinar Sosro. Sedangkan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Wong Hendra Wijaya, selaku *Sales Promotion Manager* dari PT. Sinar Sosro, serta Stephanie Sicilia, selaku ahli di dalam bidang *public relations–marketing communication* dari agensi Praxis. Berikut terdapat penjabaran terkait *key* informan dan juga informan dalam penelitian ini:

#### 3.4.1 Key Informan

Wisnu Wahyu Riyadi, selaku *General Manager of Marketing Research and Media Analyst* sekaligus *Brand Manager* dari TEBS dan Creso yang memegang penuh kendali atas kegiatan riset pasar,

pengembangan produk dan merek TEBS dan Creso, serta menangani kegiatan *media placement* perusahaan.

### **3.4.2 Informan**

**3.4.2.1** Wong Hendra Wijaya, selaku *Sales Promotion Manager* yang menjadi pengelola strategi pemasaran produk PT. Sinar Sosro cabang Banten, dan

**3.4.2.2** Stephanie Sicilia, seorang ahli di dalam bidang *public relations–marketing communication* dari agensi Praxis.

## **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Terdapat sebuah definisi tentang data, yaitu:

“Segala fakta atau keterangan tentang sesuatu yang dapat dijadikan bahan untuk menyusun suatu informasi. Setiap informasi diharapkan dapat memberikan gambaran, keterangan, dan fakta yang akurat mengenai kejadian atau kondisi tertentu.” – Abdurrahman (2011:85).

Dalam penelitian kualitatif, data dapat berupa teks, foto, cerita, gambar, *artifacts* dan bukan berupa angka hitung-hitungan (Raco, 2010:108). Patton dalam Raco (2010:110) juga memberikan beberapa jenis data yang ada di dalam penelitian kualitatif, yaitu wawancara mendalam (*indepth interview*) dan studi dokumen.

Selain mewawancarai perwakilan dari perusahaan, peneliti juga perlu mewawancarai ahli yang menguasai topik penelitian. Wawancara merupakan kegiatan yang penting untuk dilakukan dalam penelitian kualitatif karena dengan melakukan wawancara, peneliti dapat mengetahui persepsi, perasaan, pikiran, pendapat, dan juga pengalaman langsung dari narasumber.

Data yang kedua dapat diperoleh melalui studi dokumen. Dalam penelitian ini, dokumen yang dimaksud dapat berupa material tertulis, audiovisual, atau korespondensi yang relevan dengan topik penelitian.

Data yang sudah diperoleh dari kedua cara tersebut dapat dikatakan sebagai triangulasi. Dalam penelitian kualitatif, triangulasi data merupakan hal yang penting agar data yang didapatkan dapat lebih akurat. Berikut terdapat penjabaran lebih lengkap mengenai cara penulis dalam mengumpulkan data:

### **3.5.1 Wawancara**

Terdapat tiga jenis wawancara menurut Sugiyono (2009:233), yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur, dan juga tidak berstruktur. Pada saat melakukan wawancara, penulis memilih untuk menggunakan jenis wawancara semi terstruktur. Menurut Kriyantono (2006:100), wawancara dengan jenis semi terstruktur memiliki sifat terbuka; dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu.

### **3.5.2 Studi Dokumen**

Selain wawancara mendalam, penulis juga mencari sumber lain yaitu berbagai dokumen yang berhubungan dengan penelitian ini.

*“Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat. Dokumen publik misalnya: laporan polisi, berita-berita surat kabar, transkrip acara TV, dan lainnya. Dokumen privat misalnya: memo, surat-surat pribadi, catatan telepon, buku harian individu, dan lainnya.”* – Kriyantono (2006:118)



Dokumen atau informasi tambahan didapat dari berbagai sumber, seperti *website* resmi perusahaan, *website* lainnya yang kredibel, buku-buku, jurnal, dan sebagainya. Segala dokumen yang sudah didapat penulis jadikan landasan penelitian serta pelengkap setelah melakukan wawancara mendalam dengan *key informan*, informan, dan juga ahli.

### **3.6 Keabsahan Data**

Untuk mengukur keabsahan data, penulis berusaha untuk melakukan uji keabsahan data. Kriyantono (2006:70-72) menyatakan bahwa terdapat beberapa jenis penilaian keabsahan data, yakni:

#### **3.6.1 Kompetensi Subjek Riset**

Subjek dari riset harus diuji kredibilitasnya dengan cara menguji jawaban-jawaban yang telah ia berikan terkait pengalaman subjek tersebut. Jika dikaitkan dengan penelitian ini, terdapat satu orang *key informan*, yaitu Wisnu Wahyu Riyadi selaku *General Manager of Marketing Research and Media Analyst* sekaligus *Brand Manager* dari TEBS dan Creso dari PT. Sinar Sosro dan juga beberapa orang informan lainnya yang kredibel, yaitu Wong Hendra Wijaya sebagai *Sales Promotion Manager* dari PT. Sinar Sosro, dan Stephanie Sicilia, sebagai ahli dalam bidang *public relations-marketing communication* dari agensi Praxis.

### 3.6.2 *Trustworthiness*

Dari seluruh data yang sudah didapatkan, penulis menguji kebenaran dan juga kejujuran dari subjek penelitian saat mengungkapkan realitas yang ia alami, rasakan, dan juga bayangan. Dalam *trustworthiness*, terdapat dua hal lain yaitu *authenticity* dan juga analisis triangulasi.

#### 3.6.2.1 *Authenticity*

Untuk membuktikan apakah data tersebut bersifat otentik, peneliti harus memberikan kesempatan kepada subjek penelitian untuk mengungkapkan konstruksi personal secara lebih rinci. Hal ini dilakukan agar peneliti semakin memiliki pemahaman yang lebih mendalam.

#### 3.6.2.2 Analisis Triangulasi

Selain itu, analisis triangulasi juga diperlukan untuk menguji kebenaran data yang telah didapatkan dari subjek penelitian. Data tersebut dibandingkan dengan data empiris lainnya yang sudah tersedia. Terdapat berbagai jenis triangulasi. Pada penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi sumber.

Yang dimaksud dengan triangulasi sumber adalah suatu kegiatan yang membandingkan derajat kepercayaan dari suatu informasi yang telah diperoleh dari berbagai sumber.

### 3.6.3 Intersubjectivity Agreement

Data dalam bentuk pendapat, pandangan, ataupun fakta dari subjek penelitian didialogkan dengan data dari sumber lainnya. Hal ini dilakukan agar penulis menemukan titik temu antar data (*intersubjectivity agreement*).

## 3.7 Teknik Analisis Data

Dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Kualitatif*, Raco (2010:122) mendefinisikan analisis sebagai kegiatan pengolahan data, mengorganisir data, memecahkannya dalam unit-unit yang lebih kecil, mencari pola dan tema-tema yang sama.

*“Maleong (2000:103) mendefinisikan analisis data sebagai proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.”* – Kriyantono (2006:165)

Selain itu, terdapat pula pengertian lain tentang analisis data:

*“Upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat data tersebut dapat dengan mudah dipahami dan bermanfaat untuk menjawab masalah-masalah yang berkaitan dengan kegiatan penelitian.”* – Abdurrahman (2011:145)

Berdasarkan dua pengertian tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa analisis data adalah kegiatan pengolahan data agar peneliti bisa mendapatkan inti dari seluruh data yang ada dan mampu membuat kesimpulan penelitian.

Menurut Miles dan Huberman (dalam Suharsaputra, 2012:217-219), terdapat tiga jenis kegiatan dalam analisis data, yaitu:

### **3.7.1 Data Reduction**

Yang dimaksud dengan reduksi data adalah suatu kegiatan pengolahan data yang telah diperoleh dengan cara memilah atau menyederhanakan data yang sudah didapatkan berdasarkan fokus penelitian.

### **3.7.2 Data Display**

Data yang sudah direduksi, dilihat kembali sebagai sesuatu yang utuh. Dengan melihatnya sebagai sebuah gambaran keseluruhan, peneliti dapat mengetahui apakah data yang dimiliki sudah memadai atau belum. Jika belum, maka dapat dilakukan penggalian data tambahan agar data menjadi lengkap. Data tersebut disajikan dapat dengan bentuk uraian singkat, bagan, ataupun *flowchart*.

### **3.7.3 Verification**

Kegiatan verifikasi bergantung kepada *data display* karena *data display* dapat memudahkan usaha pemaparan dan penegasan sebuah kesimpulan (*conclusion drawing and verification*). Namun, verifikasi tetap dapat dilakukan sejak awal mendapatkan data walaupun kesimpulannya masih bersifat tentatif. Seiring bertambahnya data, maka akan semakin jelas kesimpulannya.

*“Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi, jika kesimpulan yang ditemukan didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten, maka kesimpulan itu dapat dinyatakan kredibel.”* – Sugiyono (2009:246-254).

Guna mendapatkan kesimpulan yang tepat, penulis membandingkan hasil wawancara dengan *key informan* dan juga *informan*, serta studi dokumen yang relevan dengan topik penelitian.

### **3.8 Fokus Penelitian**

Pada dasarnya, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi *marketing communication* PT. Sinar Sosro dalam mempromosikan salah satu *brand extension*-nya, yaitu TEBS. Untuk menjawab hal tersebut, penulis menggunakan *Marketing Communication Strategy Framework* (MCSF) oleh Chris Fill dari bukunya yang berjudul “*Marketing Communication: Interactivity, Communities, and Content, 5<sup>th</sup> Edition*” tahun 2009 sebagai acuan.

Berdasarkan buku tersebut, Fill menjabarkan proses perancangan suatu kegiatan *marketing communication* yang dimulai dari *context analysis*, *communication goals and positioning (corporate, marketing, communication goals)*, *3Ps of communication strategy (pull, push, profile strategy)*, *coordinated communication mix, scheduling and resources*, serta *implementation, control, and evaluation*. MCSF digunakan dengan tujuan agar suatu kegiatan *marketing communication* dapat dirancang dan juga berjalan dengan baik.

Pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak sasaran dapat didesain dengan baik berdasarkan konsep ini, sehingga kegiatan yang dilakukan dapat menjadi lebih terfokus dan juga efisien. Selain itu, MCSF juga membantu dalam menemukan apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh calon pelanggan. Dengan

mengetahui hal tersebut, perusahaan akan lebih mudah dalam menggarap peluang bisnis yang ada.

Kegiatan *marketing communication* yang dilakukan PT. Sinar Sosro terhadap TEBS memiliki tujuan, salah satunya adalah untuk mempromosikan *brand extension* TEBS dengan cara menekankan pada nilai diferensiasinya yang kuat. Untuk menganalisis hal tersebut, peneliti memilih fokus penelitian pada perancangan strategi *marketing communication* yang mengacu pada *marketing communication strategy framework* dari Chris Fill.

UMMN