

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian tentang Komunikasi Pemasaran Terpadu Erigo Apparel untuk Meningkatkan Penjualan. Penelitian ini menggunakan paradigma Postpositivisme, dimana peneliti ingin memahami dari Strategy Integrated Marketing Communication dalam membangun pertumbuhan bisnis brand local di industri fashion. Paradigma Postpositivisme, Peneliti memakai paradigma Postpositivisme, dimana saat membuat pedoman wawancara diturunkan dari konsep, dan itu merupakan point dari Postpositivisme. Dimana peneliti ingin memahami dari Integrated Marketing Communication dalam meningkatkan penjualan. Guba menjelaskan Postpositivisme mempunyai ciri utama sebagai suatu modifikasi dari Positivisme (Walidin, 2017).

Melihat banyaknya kekurangan pada Positivisme menyebabkan para pendukung Postpositivisme berupaya memperkecil kelemahan tersebut dan menyesuakannya. Prediksi dan kontrol tetap menjadi tujuan dari Postpositivisme. Pandangan Guba, Denzin dan Lincoln dapat disimpulkan bahwa Postpositivisme adalah aliran yang ingin memperbaiki kelemahan pada Positivisme. Satu sisi Postpositivisme sependapat dengan Positivisme bahwa realitas itu memang nyata ada sesuai hukum alam. Tetapi pada sisi lain Postpositivisme berpendapat manusia tidak mungkin mendapatkan kebenaran dari realitas apabila peneliti membuat jarak dengan realitas atau tidak terlibat secara langsung dengan realitas (Walidin, 2017).

Hubungan antara peneliti dengan realitas harus bersifat interaktif, untuk itu perlu menggunakan prinsip triangulasi yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, data, dan lain-lain. Selanjutnya menurut Guba. sistem keyakinan dasar pada peneliti Postpositivisme adalah sebagai berikut:

1) Asumsi ontologi: Realis kritis , artinya realitas itu memang ada, tetapi tidak akan pernah dapat dipahami sepenuhnya. Realitas diatur oleh hukum-hukum alam yang tidak dipahami secara sempurna.

2) Asumsi epistemologi: Objektivis modifikasi, artinya objektivitas tetap merupakan pengaturan (regulator) yang ideal, namun objektivitas hanya dapat diperkirakan dengan penekanan khusus pada penjaga eksternal, seperti tradisi dan komunitas yang kritis.

3) Asumsi metodologi: Eksperimental/ manipulatif yang dimodifikasi, maksudnya menekankan sifat ganda yang kritis. Memperbaiki ketidakseimbangan dengan melakukan penelitian dalam latar yang alamiah, yang lebih banyak menggunakan metode-metode kualitatif, lebih tergantung pada teori-grounded (grounded-theory) dan memperlihatkan upaya (reintroducing) penemuan dalam proses penelitian. Postpositivisme dilakukan untuk menganalisis penelitian kualitatif ini. Ini dilakukan agar peneliti dapat memverifikasi suatu temuan melalui berbagai macam metode.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini memakai metode penelitian kualitatif. Menurut Sugiyono (2017), Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme digunakan atau interpretif, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah. Dimana pada penelitian kualitatif ini, peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, data yang diperoleh cenderung data kualitatif, analisis data bersifat induktif/kualitatif dan hasil penelitian kualitatif bersifat untuk memahami makna, memahami keunikan, mengkonstruksi fenomena, dan menemukan hipotesis.

Sedangkan (Maleong, 2012) menyatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian alamiah yang bertujuan

untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dan fenomena yang diteliti.

1. Strategi Penelitian Strategi penelitian merupakan satu cara untuk mengumpulkan data yang menjadi objek, subjek, variabel, serta masalah yang diteliti agar data terarah pada tujuan yang ingin dicapai (Sukmadinata, 2011). Menurut Best dalam Hamid (2011) penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasi objek sesuai dengan apa adanya. Sedangkan menurut Moleong (2012) dengan menggunakan metode deskriptif berarti peneliti menganalisa data yang dikumpulkan dapat berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, video tape, dokumen pribadi, catatan atau memo dan dokumen resmi lainnya

3.3 Informan/Unit Analisis

Menurut Sugiyono (2017), Purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Key informant adalah orang yang dijadikan sandaran untuk melakukan cross check data atau proses triangulasi sumber. Penetapan subjek penelitian atau informan harus mempertimbangkan berbagai aspek, diantaranya (Muktar, 2013).

- a. Mereka yang paham mengenai masalah dan penelitian yang dilakukan
- b. Mereka yang mengerti tentang situasi sosial yang menjadi lokasi penelitian
- c. Mereka yang tidak berada dalam konflik dengan teman seumur, bawah, dan atasan.

- d. Mereka yang mau berbagi informasi, ilmu, dan pengetahuan.
- e. Mereka yang bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang diberikan.
- f. Mereka orang yang kredibel, acceptable, dan dipercaya. Dalam penelitian kualitatif ini yang menjadi bahan pertimbangan utama yaitu pemilihan informan pertama yang merupakan hal sangat utama sehingga harus dilakukan secara bijak (Afrizal, 2016).

Peneliti menggunakan Teknik pemilihan informan menggunakan Purposive Sampling. Menurut Sugiyono (2014), Purposive sampling adalah teknik pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya. Agar dapat mendapatkan data yang sesuai dan data yang akurat yang dibutuhkan oleh peneliti, peneliti memilih dua informan yang tepat di dalam perusahaan. Dalam pemilihan informan menggunakan Teknik Purposive Sampling ini.

Teknik Purposive sampling yang peneliti gunakan dimana pengambilan sumber data dengan pertimbangan tertentu, pertimbangan tersebut ada di kriteria informan dan berdasarkan konsep yang sesuai dan ditentukan untuk informan. Informan yang peneliti pilih merupakan beberapa atau salah satu informan dari *brand* Erigo seperti :

1. Deray Syach - Manager Marketing,
Informan yang menjalankan tugas sebagai manager marketing erigo apparel sekaligus memimpin bagian marketing. Selain itu Informan juga sebagai communication erigo apparel. Informan juga menjalankan setiap kegiatan IMC mulai dari kegiatan, strategi, dan impelentasi.
2. Reswara Safira - Digital Marketing,

Informan yang menjalankan kegiatan IMC terkait sosial media, digital advertising, dan membuat konten-konten erigo untuk dipublish di sosial media.

3. Muhammad Farhan - Campaign Marketing,

Informan yang menjalankan kegiatan IMC terkait campaign atau kampanye – kampanye erigo, mengurus influencer, brand ambassador dan Kol, membuat konten-konten sosial media.

Berdasarkan pengamatan pencarian peneliti melalui artikel berita dan tanya langsung kepada informan tersebut. Ketiga orang informan tersebut yang menjalankan komunikasi pemasaran/IMC adalah marketing manager, digital marketing dan campaign marketing. Dari data yang didapatkan peneliti bahwa ketiga orang tersebut yang paham dan terlibat kegiatan komunikasi pemasaran erigo apparel. Manager marketing sering melakukan kegiatan, strategi dan implementasi bisnis di Erigo Apparel, digital Marketing melakukan kegiatan marketing advertising, mengurus sosial media Erigo Apparel, sedangkan campaign marketing menjalankan kegiatan kampanye-kampanye Erigo Apparel juga membuat kerjasama dengan partner influencer, brand ambassador, Kol atau talent.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2014), Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Menurut Darmadi (2013), Metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan kegunaan tertentu. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan yaitu rasional, empiris, dan sistematis. Berdasarkan pemaparan di atas dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah suatu cara ilmiah untuk memperoleh data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini, pengumpulan data dibagi menjadi dua yaitu primer dan sekunder. Dalam penelitian, data adalah informasi-informasi yang

dikatakan oleh manusia, dimana manusia tersebut menjadi subyek penelitian, hasil observasi, fakta-fakta, hasil wawancara, dokumen yang sesuai dengan fokus penelitian. Sumber data adalah subyek darimana data dapat diperoleh. Data dalam penelitian ini menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, sedangkan sumber sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen (Sugiyono, 2017).

1. Pengumpulan Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari obyek yang diteliti baik pribadi maupun dari organisasi yang mengolah data untuk keperluan penelitian, seperti melakukan wawancara langsung dengan pihak yang terlibat dalam penelitian. Pengumpulan data primer yaitu Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan. Sumber data ini bisa responden atau subjek riset, dari hasil pengisian kuesioner, wawancara, observasi (Kriyantono, 2011). Teknik pengumpulan data yang tepat, diharapkan dapat mempermudah peneliti dalam memperoleh data yang valid dan informasi yang diperlukan dapat saling melengkapi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, yaitu sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan, dua orang atau lebih dengan cara bertatap muka dan mendengarkan secara langsung informasi-informasi yang diberikan oleh pemberi informasi.

Menurut Esteberg dalam buku Sugiyono (2016) wawa

ncara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam satu topik tertentu . Tujuan dari wawancara

adalah untuk mengumpulkan informasi dan bukan untuk merubah ataupun mempengaruhi pendapat dari responden.

Wawancara dilakukan dengan pertanyaan yang mengarah pada kedalaman informasi, serta dilakukan secara semi struktur. Peneliti memberikan pertanyaan secara terbuka namun tidak terlepas dari interview guide. Teknik wawancara menurut Esteborg dalam buku Sugiyono (2016) mengemukakan beberapa macam wawancara yaitu wawancara terstruktur, semi terstruktur dan tidak terstruktur. Peneliti hanya menggunakan wawancara tersebut yaitu sebagai berikut :

1). Wawancara Terstruktur (Structured Interview)

Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, jika peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi yang akan diperoleh. Oleh karena itu dalam melakukan wawancara, pengumpul data telah menyiapkan instrumen penelitian berupa pertanyaan-pertanyaan tertulis yang alternatif jawabannya telah disiapkan. Dengan wawancara terstruktur ini setiap responden diberi pertanyaan yang sama, dan pengumpul data mencatatnya.

Peneliti menggunakan jenis Wawancara Semi Terstruktur sebagai teknik pengumpulan data, dengan memungkinkan informan untuk menambahkan jawaban atau data lebih bisa di kulik dan lebih banyak, jua bisa mem followup setiap jawaban. Peneliti juga menyiapkan list-list atau daftar pertanyaan yang bersangkutan dengan masalah dan jawaban yang ingin diketahui oleh peneliti. Dimana dalam pelaksanaan wawancara semi terstruktur pada pelaksanaannya lebih bebas jika dibandingkan dengan wawancara terstruktur. Tujuan dari wawancara semi terstuktur ini adalah untuk menemukan setiap permasalahan secara lebih terbuka, dimana pihak yang nantinya diajak wawancara diminta pendapat dan idenya.

b. Pengumpulan Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini menggunakan data dari

penggunaan Integrated Marketing Communication pada aplikasi Mvicall. Data sekunder dapat diperoleh dengan membaca, mempelajari, dan memahami melalui media lain yang bersumber pada literatur dan buku-buku perpustakaan atau data-data dari koperasi. Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. (Kriyantono, 2011) Data sekunder biasanya digunakan sebagai data pendukung dari data primer, jika data primer yang didapat dirasa kurang. Berdasarkan buku Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, kegunaan data sekunder adalah berikut (Ardianto, 2011) :

- a. Pemahaman Masalah
- b. Penjelasan masalah
- c. Formulasi Alternative penyelesaian masalah yang layak
- d. Solusi masalah

Pada penelitian ini penulis juga menggunakan data sekunder yang berasal dari jurnal-jurnal penelitian terdahulu serta buku-buku. Jurnal dan buku – buku yang digunakan yaitu yang jurnal dan buku yang berkaitan dengan Integrated Marketing Communication.

3.5 Metode Pengujian Data

Metode Pengujian Data Pengujian data atau keabsahan data atau trustworthiness dilakukan untuk mengkonfirmasi hasil informasi yang diperoleh dalam penelitian. Menurut (Cresswell, 2014) terdapat beberapa cara dalam pengujian data yaitu reliabilitas, validitas, dan generalisasi. Validitas merupakan keakuratan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian. Uji keabsahan data dalam kualitatif menggunakan empat kriteria yang dikemukakan oleh Sugiyono (2014), yang terdiri dari Kepercayaan (credibility), Keteralihan (transferability), Kebergantungan (dependability) dan Kepastian/dapat dikonfirmasi (confirmability). Peneliti hanya menggunakan salah satu dari

keempat uji keabsahan yaitu :

- Kepastian/dapat dikonfirmasi (confirmability) Pengujian confirmability dalam penelitian kualitatif disebut dengan uji obyektifitas penelitian. Penelitian dikatakan obyektif apabila hasil penelitian disepakati oleh banyak orang. Dalam penelitian kualitatif, uji confirmability mirip dengan uji dependability, sehingga

pengujiannya dapat dilakukan secara bersamaan. Uji confirmability adalah menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang dilakukan. Apabila hasil penelitian yang dilakukan merupakan fungsi dan proses penelitian yang dilakukan, maka penelitian tersebut telah memenuhi standar confirmability. Uji kepastian dapat diperoleh dengan cara mencari persetujuan beberapa orang termasuk dosen pembimbing terhadap pandangan, pendapat tentang hal-hal yang berhubungan dengan fokus penelitian, dalam hal ini adalah data-data yang diperlukan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji keabsahan Confirmability. Karena peneliti ingin menguji hasil penelitian yang dikaitkan dengan proses yang dilakukan. hal ini dilihat juga dari pandangan atau pendapat dari informan mengenai hal - hal yang berhubungan dengan fokus penelitian. Penelitian dikatakan objektif apabila hasil penelitian telah disepakati banyak orang atau konfirmasi lagi kepada narasumber/informan yang sudah di wawancara.

3.6 Metode Analisa Data

Data-data yang diperoleh peneliti, dikumpulkan kemudian diolah untuk dianalisis. Sebelum melakukan analisis, tahap pertama yang harus dilakukan adalah pengumpulan data. Saat turun lapangan, peneliti mencari informasi sebanyak-banyaknya terkait fokus penelitian melalui informan sebagai data primer, juga melalui studi literatur sebagai data pelengkap. Sebelum turun ke lapangan untuk melakukan wawancara dengan informan, peneliti terlebih dahulu menyiapkan pedoman wawancara sebagai acuan dalam menggali

informasi para informan (Craswell, 2011). Dalam prosesnya, terdapat tiga macam atau jenis proses analisis data (coding), yaitu Open Coding, Axial Coding, dan Selective Coding. Menurut Strauss dan Corbin (1990), ketiga macam coding tersebut harus dilakukan secara simultan dalam penelitian. Coding sendiri merupakan teknik analisis yang bertujuan untuk merinci, menyusun konsep, dan membahas kembali semuanya dengan cara yang baru. Proses peng-coding-an merupakan proses di mana teori dibangun dari data, dan membangun konsep atau konseptualisasi juga salah satu tujuan dari proses coding tersebut. Berikut ketiga macam atau jenis tahapan tersebut :

1. Open Coding: adalah proses merinci, menguji, membandingkan, konseptualisasi, dan melakukan kategorisasi data (The process of breaking down, examining, comparing, conceptualizing, and categorizing data).

2. Axial Coding: merupakan suatu perangkat prosedur yang dimana data tersebut dikumpulkan kembali dengan cara yang baru setelah open coding, dengan membuat kaitan antara kategori-kategori. Ini dilakukan dengan memanfaatkan landasan berpikir (paradigma) coding yang meliputi kondisi-kondisi, konteks-konteks, aksi strategi-strategi interaksi dan konsekuensi-konsekuensi. (Axial Coding: A set of procedures where by data are put back together in new ways after open coding, by making connections between categories. This is done by utilizing a coding paradigm involving conditions, context, action/interactional strategies and consequences-consequences).

3. Selective coding: adalah tahap terakhir dimana peneliti menyeleksi kategori yang paling mendasar, secara sistematis menghubungkannya dengan kategori lain dan memvalidasikan hubungan tersebut (Craswell, 2011). Coding dapat membantu proses pengelolaan, pemecahan, dan pengelompokan dari hasil wawancara yang dilakukan kepada informan. Selain itu juga dapat membantu peneliti dalam membenarkan teori yang digunakan pada tinjauan pustaka ataupun membuat konsep atau teori baru dari

penelitian ini. Hal tersebut juga dapat memudahkan para pembaca penelitian ini dalam memahami penelitian ini saat membaca hasil wawancara dan hasil pembahasan (Creswell, 2014).

3.7 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya melihat kepada komunikasi pemasaran, peneliti hanya ingin melihat kegiatan komunikasi pemasaran terpadu apa yang dijalankan oleh Erigo Apparel. Peneliti juga hanya berfokus pada wawancara mendalam bersama informan. Keterbatasan peneliti juga terbatas dan hanya fokus pada kegiatan komunikasi pemasaran Erigo Apparel yang telah dijalankan, sehingga peneliti bisa mengetahui bagaimana kegiatan IMC yang membuat Erigo Apparel mengalami peningkatan penjualan selama bergabung bersama shopee dan ketika Erigo Apparel tampil di New York Fashion Week dan memasang iklan di Billboard Times Square.



