

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Pendekatan Penelitian**

Menurut Creswell paradigma penelitian terbagi menjadi empat yaitu paradigma positivism, paradigma konstruktivisme, paradigm advokasi, dan paradigma pragmatism. Paradigma merupakan model bagaimana sesuatu disusun dan terdapat komponen waktu dan hal khusus didalamnya, maka dari itu dalam melakukan penelitian harus tahu paradigma penelitian yang akan digunakan dalam meneliti (Moleong L. J., 2015). Paradigma positivisme adalah pandangan yang berfungsi untuk mengukur sebab dan akibat yang berangkat dari pemikiran Auguste Comte dan dikembangkan oleh John Stuart Mill paradigma ini melihat ilmu sosial seperti ilmu alam yang harus diukur secara objektif dengan menggunakan metode yang sama paradigma ini selalu menggunakan metode pengukuran data melalui kuantitatif, melakukan eksperimen, dan survey.

Paradigma konstruktivisme adalah suatu pandangan untuk memahami dan melakukan analisis makna pada penelitian analisis yang sistematis yang di dapatkan melalui observasi secara detail dan terhadap tindakan, ini dilakukan untuk mendapatkan interpretasi bagaimana mereka menciptakan dan mengkonstruksi dunianya (Wrench, 2013). Paradigma advokasi adalah pandangan yang bersifat politis, paradigm pragmatis adalah pandangan yang memiliki sifat pluralistik. Terakhir paradigma pragmatism adalah gabungan antara paradigma konstruktivism dan paradigma positivism dimana paradigma ini percaya bahwa suatu realitas tidak bersifat tetap karena secara terus-menerus dinegosiasikan, diinterpretasikan dan diperdebatkan.

Penelitian ini peneliti menggunakan paradigma post-positivisme karena penelitian ingin memahami fenomena secara menyeluruh dengan cara eksplorasi fenomena tersebut menggunakan konsep yang udah ada. Selanjutnya adalah peneliti akan menjelaskan fenomena berdasarkan data yang di dapat di lapangan. Karena pada dasarnya strategi komunikasi pemasaran sudah memiliki tahapan-tahapan yang jelas dan teratur seperti IMC. Peneliti ingin mengetahui dan

menggambarkan bagaimana strategi komunikasi pemasaran UMKM Kopi Tembem selama pandemi Covid-19 berdasarkan konsep dan tahapan IMC.

### **3.2. Metode Penelitian**

Menurut Heri Rahyubi metode penelitian adalah model yang digunakan untuk kegiatan belajar mengajar untuk mencapai proses dalam pembelajaran secara benar dan baik. Metode penelitian terbagi menjadi lima, yaitu metode kuantitatif, kualitatif, deskriptif, suvey dan ekspos facto. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang memiliki sifat terstruktur, terperinci, dan sistematis. Metode kuantitatif identik dengan penggunaan angka, grafik, dan tabel untuk menampilkan hasil penelitian yang sudah diperoleh.

Menurut Creswell, J. W metode kualitatif adalah metode penelitian yang dipakai untuk meneliti permasalahan sosial dan manusia. Pada metode ini peneliti akan melaporkan hasil dari penelitiannya berdasarkan analisa data dan pandangan data yang telah di dapatkan di lapangan lalu dideskripsikan ke bentuk laporan penelitian secara lengkap dan terperinci. Metode deskriptif adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan peristiwa yang akan terjadi baik itu di masa kini maupun di masa lalu. Metode ini terbagi menjadi dua metode yaitu *Cross Sectional* (pada waktu tertentu) dan Longitudinal (sepanjang waktu).

Metode Ekspos Facto merupakan metode penelitian dalam pemeriksaan untuk menyelidiki hubungan sebab dan akibat dari suatu kejadian atau peristiwa. Penelitian ini memiliki indikator dalam proses penelitiannya. Terakhir metode surver merupakan sebuah metode penelitian yang memperoleh data hasil penelitian berbentuk pendapat orang lain (opini) dengan cara berinteraksi secara langsung dengan objek penelitian. Tujuan metode survey adalah untuk memperoleh data gambaran umum melalui sampel dari beberapa objek penelitian.

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif studi kasus karena pada penelitian ini memiliki objek penelitian yang hanya terjadi saat ini saja dan tidak berulang serta memiliki nilai keunikan tersendiri yaitu UMKM yang sedang mengalami dampak pandemi Covid-19 yang melakukan kolaborasi dengan brand internasional untuk bertahan, pada penelitian ini juga membutuhkan data-data yang lebih lengkap dan mendalam sehingga membutuhkan

teknik wawancara mendalam yang ada pada metode penelitian kualitatif. Studi kasus adalah metode penelitian yang memfokuskan pada latar belakang, kondisi masyarakat tertentu, peristiwa, kegiatan, program dan interaksi masyarakat. Metode ini memiliki kelebihan berupa mampu mengkaji objek yang kelompok dengan syarat kelompok tersebut memiliki visi yang sama. Teknik pengambilan data dalam metode ini dapat dilakukan melalui tiga cara yaitu dokumentasi, wawancara dan observasi. Metode kualitatif memiliki dua tujuan yang pertama adalah memudahkan para peneliti untuk meneliti dan untuk memahami fenomena-fenomena yang diangkat oleh peneliti secara mendalam.

### 3.3. Informan / Unit Analisis

Informan atau unit analisis adalah seseorang yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk memberikan informasi mengenai kondisi latar belakang dan situasi penelitian (Moleong, 2017). *Purposive Sampling* adalah suatu teknik yang digunakan untuk penentuan sampel dengan beberapa pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2016: 85). Karakteristik informan yang dipilih merupakan tim dari Kopi Tembem. Adapun kriteria informan pada penelitian ini antara lain:

1. Termasuk dalam struktur organisasi Kopi Tembem.
2. Mengetahui strategi komunikasi pemasaran Kopi Tembem selama masa Pandemi Covid-19.
3. Merencanakan dan merancang strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk bertahan di masa Pandemi Covid-19.
4. Melaksanakan strategi komunikasi pemasaran yang telah dirancang.
5. Melakukan pengawasan terkait strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan.
6. Mengetahui proses evaluasi strategi IMC yang dilakukan oleh Kopi Tembem

Kriteria tersebut dipilih sesuai dengan kebutuhan penelitian dan individu yang cocok dalam enam kriteria tersebut diantaranya adalah *manager marketing* Kopi Tembem, *head barista* Kopi Tembem, dan tim sosial media. Berikut adalah nama-nama informan serta jabatannya:

Tabel 3.1: Tabel informan penelitian

No	Nama Informan	Jabatan Informan
1	Junjung Kurniawan	<i>Manager Marketing</i>
2	Gesang Nurul Fadhillah	<i>Barista</i>
3	Mohammad Bagas Wiratama	<i>Social Media Specialist</i>

Sumber: Kopi Tembem, 2022

Junjung Kurniawan yang berprofesi sebagai *manager marketing* di Kopi Tembem akan lebih fokus pada materi penjelasan mengenai *advertising* yang dilakukan Kopi Tembem selama pandemi Covid-19. Termasuk platform-platform apa saja yang digunakan dan bagaimana perencanaannya pada tiap-tiap strategi pemasaran yang dilakukan.

Sedangkan Gesang Nurul Fadhillah diharapkan dapat menjawab seputar teknik *advertising* yang berfokus pada *personal selling* karena dalam bidang FnB seorang *barista* merupakan garda depan yang melayani pelanggan dan berpotensi paling besar untuk menawarkan produknya secara *personal*.

Informan ketiga Mohammad Bagas Wiratama yang berprofesi sebagai *social media specialist* di Kopi Tembem diharapkan dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan teknik dan strategi komunikasi pemasaran Kopi Tembem di sosial mediana dan bagaimana *personal* Kopi Tembem dapat terbentuk di masa pandemi Covid-19. Informan pada penelitian ini berjumlah tiga orang dengan jabatan yang berbeda-beda guna menggali informasi yang lebih dalam dan mampu menjawab rumusan masalah pada penelitian ini. Informan nantinya akan diberikan panduan wawancara. Wawancara akan terus dilakukan hingga menemukan data jenuh.

#### 3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2017, 194) teknik pengumpulan data adalah metode yang ada untuk mengumpulkan data dengan cara wawancara, observasi, dan kuesioner. Peneliti menggunakan dua teknik untuk mengumpulkan data primer dan sekunder yaitu wawancara observasi dan dokumentasi.

## 1. Data Primer

Data primer merupakan data utama yang di dapatkan oleh pihak peneliti secara langsung dari objek dalam penelitian. Berikut adalah beberapa jenis ada yang di dapat untuk data primer:

### a. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016:317) wawancara adalah teknik pengumpulan data yang digunakan untuk menemukan permasalahan-permasalahan yang diteliti dan untuk mencari tahu suatu hal dari responden secara mendalam seputar perilaku. Pada buku lainnya (Sugiyono 2017 :131) juga mengatakan wawancara merupakan pertemuan antara dua orang yang bertujuan untuk saling bertukar ide dan informasi melalui proses tanya jawab sehingga dapat mengkonstruksi makna dalam topik yang ditentukan. Wawancara adalah teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara berhadapan secara langsung antara peneliti dan narasumber.

Nantinya wawancara akan dilakukan secara fleksibel dan formal. Peneliti membuat panduan wawancara terlebih dahulu yang nantinya akan diberikan ke narasumber sebelum melakukan tanya jawab dengan narasumber, hal ini dilakukan agar narasumber mempersiapkan data-datanya dahulu dengan lengkap. Wawancara akan dilakukan secara langsung atau secara *online* tergantung keadaan nanti, karena kita saat ini masih dalam keadaan pandemi.

### b. Observasi

Sugiyono (2016:310) mengatakan melalui observasi, para peneliti akan mampu mempelajari tentang makna dan perilaku. Peneliti akan melakukan observasi terkait strategi-strategi yang digunakan Kopi Tembem secara langsung di lokasi Kopi Tembem jika memungkinkan dan melalui sosial medianya. Ini dilakukan untuk mengetahui secara langsung agar data-data yang di dapat sesuai dengan fakta dan dapat dipertanggungjawabkan.

### **c. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2016:329) dokumentasi adalah pelengkap dari wawancara dan observasi dalam metode penelitian kualitatif. Menggunakan teknik dokumentasi dalam penelitian ini peneliti akan mendapatkan kondisi objek penelitian secara langsung. Metode ini nantinya akan mendapatkan data berupa video, foto, rekaman, buku, dan jurnal yang berkaitan dengan strategi komunikasi pemasaran UMKM di masa pandemi Covid-19.

### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang di dapat oleh peneliti secara langsung yang digunakan untuk data pendukung data primer untuk menjawab rumusan masalah penelitian. Data sekunder biasanya berupa arsip, jurnal dan buku yang valid dan terpercaya serta dapat dipertanggungjawabkan isi datanya, yaitu kajian literatur.

Kajian literatur merupakan sebuah teknik mengumpulkan data melalui jurnal-jurnal ilmiah yang penulis temukan baik di perpustakaan maupun di internet. Dalam metode ini peneliti mencari dan mengutip data tersebut yang nantinya akan digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

### **3.5. Metode Pengujian Data**

Pengujian data sangat penting dan harus dilakukan untuk mengetahui data-data yang di dapat valid atau tidak dan berguna untuk mengetahui keabsahan datanya agar data yang ada pada penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan. Dalam penelitian ini terdapat dua metode yang akan dilakukan untuk menguji data yang di dapat, pertama uji kredibilitas terhadap data agar nantinya penelitian ini terpercaya dan triangulasi.

Menurut Sugiyono dalam (Agung, 2019) Triangulasi adalah sebuah teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data yang memiliki sifat menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber yang ada. Menurut (Sugiyono 2017:73) Triangulasi adalah pengecekan data yang di dapat dari berbagai sumber melalui beberapa cara dan waktu. Triangulasi terbagi menjadi tiga yaitu triangulasi sumber yaitu teknik pengujian data dengan cara mengecek data-data yang sudah di dapat, kedua triangulasi teknik yaitu metode menguji data dengan cara mengecek

seluruh data yang di dapat dengan satu sumber yang sama namun dengan teknik yang berbeda-beda contohnya sumber data dari wawancara akan dibandingkan dengan sumber data dari observasi, dan triangulasi watu.

Penelitian ini menggunakan metode pengujian data uji kredibilitas, triangulasi sumber dan triangulasi teknik, peneliti tidak menggunakan triangulasi watu karena pada penelitian ini hanya menggunakan satu metode penelitian yaitu kualitatif.

### **3.6. Metode Analisis Data**

Metode analisis data terbagi menjadi tiga bagian yaitu *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*. *Open coding* adalah sebuah proses merinci, menguji, membandingkan, konseptualisasi, dan melakukan kategorisasi. Proses *open coding* terbagi menjadi beberapa langkah, yang pertama adalah mengumpulkan berbagai data yang diperoleh selama penelitian seperti hasil wawancara, foto, video, dokumen-dokumen terkait, dan sebagainya.

Selanjutnya adalah mengolah dan mempersiapkan data untuk dianalisis seperti memilih atau mengorganisasikan data secara *cross sectional* maupun *non cross sectional*, transkrip wawancara, *scanning* materi, mengetik di lapangan, dan menyusun data tersebut ke dalam jenis-jenis yang berbeda. Lalu membaca keseluruhan data seperti menentukan gagasan umum yang terkandung dalam perkataan partisipan, bagaimana nada gagasan tersebut, bagaimana kesan kedalaman, kredibilitas, dan penuturan informasinya.

Langkah terakhir adalah menganalisis secara mendetail dengan meng-koding data seperti mengambil data yang sudah dikumpulkan, mensegmentasi kalimat atau paragraph ke dalam kategori, dan melabeli kategori dengan istilah khusus yang didasarkan pada bahasa atau istilah yang benar-benar berasal dari partisipan. Proses *open coding* terbagi lagi menjadi tiga bagian yaitu *collecting*, *organize*, dan *labeling*. *Collecting* adalah memperhatikan, mengumpulkan dan memikirkan hal yang menarik berdasarkan data dari jawaban informan. *Organize* adalah memecahkan data, menemukan hubungan dengan melihat dari persamaan dan perbedaan, menemukan tema dari data yang dikumpulkan, dan menandai bagian-

bagian data yang penting dengan label/kode. *Labeling* adalah proses mengabstrakkan konsep menjadi label.

*Axial coding* adalah proses merincikan, menguji, membandingkan konseptualisasi dan melakukan kategorisasi, dengan kata lain *axial coding* adalah proses mempersatukan data kembali setelah pengkodean terbuka dengan membuat hubungan diantara kategori-kategori yang ada. Proses dalam *axial coding* terbagi menjadi tiga bagian yaitu *organizing*, *detailing*, dan *integrating/connecting*. *Organizing* adalah proses pengelompokan setiap hasil wawancara dari semua informan berdasarkan kategori-kategori yang telah ditetapkan.

*Detailing* adalah menjabarkan dimensi-dimensi yang lebih detail yang kemudian hasil wawancara dari seluruh informan dikelompokkan lagi berdasarkan dimensi, dan indikator yang ada. *Integrating/Connecting* adalah proses menghubungkan hasil wawancara dari setiap informan per dimensi, indikator, dan kategori dengan tujuan mendapatkan temuan per kategorinya dan dimensi yang telah diuraikan. *Selective coding* adalah sebuah proses memilih kategori inti dan menghubungkan semua kategori inti (*axial coding*) mana yang sesuai dengan teori yang akan dikaji, memilih kategori inti dan menghubungkan semua kategori inti.

Proses pengkodean ini melibatkan cara membaca data mentah untuk kasus penting yang harus dianalisis atau menjelaskan konsep utamanya. Proses ini juga terfokus pada penemuan kategorisasi inti karena tujuan dari proses ini adalah menemukan kategori inti dan menghindari bias konfirmasi. *Selective coding* memiliki lima proses yaitu menyeleksi kategori-kategori untuk menemukan kategori inti atau sentral, merangkai kategori-kategori dalam suatu jaringan (*story*), Pemilihan, menyimpulkan dan memberikan kode sebagai kategori inti, dan tema utama mengarah pada membangun teori/konsep baru.

Analisis data merupakan sebuah proses untuk mencari tahu dan menyusun dengan sistematis dari data-data yang di dapatkan dari wawancara, observasi, dan kajian literatur. Analisis data adalah melakukan segmentasi dan memisahkan data-data dan menggabungkan datanya kembali. Menurut Creswell (2014) terdapat enam tahap analisis data yaitu:



1. Mengolah data untuk dianalisis

Pada tahapan ini peneliti melakukan scanning materi, transkrip hasil wawancara narasumber, mengetik data, memilah serta mengorganisasikan data.

2. Membaca keseluruhan data

Pada tahap ini, buat daftar semua informasi yang telah peneliti peroleh, dan kemudian pikirkan tentang artinya secara keseluruhan. Pengetahuan tentang gagasan umum yang diungkapkan oleh informan, pengetahuan tentang nada gagasan, pengetahuan tentang pengertian umum tentang kredibilitas dan kegunaan informasi. Pada tahap ini peneliti menuliskan catatan tertentu atau gagasan umum yang telah diolah.

3. Mengkoding semua data yang di dapat

Pengkodean adalah langkah dalam proses pengorganisasian data dan penulisan kata untuk merepresentasikan suatu kategori. Langkah ini melibatkan pengumpulan data atau gambar yang dikumpulkan selama pengumpulan data, menyegmentasikan kalimat atau paragraf atau gambar ke dalam kategori yang sering didasarkan pada istilah atau bahasa dari informan atau narasumber.

4. Menggunakan proses koding untuk dihasilkan sebagai data yang akan dianalisis oleh peneliti

Pada tahap ini, peneliti mencoba menyampaikan informasi rinci tentang orang, lokasi, atau peristiwa dalam pemandangan tertentu. Analisis ini berguna untuk membuat deskripsi rinci tentang studi kasus, etnografi, dan penelitian naratif. Gunakan proses pengkodean untuk membuat sejumlah kecil tema atau kategori. Topik-topik tersebut akan muncul sebagai luaran utama penelitian kualitatif dan sering dijadikan judul penelitian. Hasil dari tema-tema tersebut adalah menampilkan beberapa perspektif individu dan didukung oleh berbagai kutipan dan bukti spesifik.

5. Menyajikan kembali deskripsi data

Pesan naratif akan digunakan untuk mencapai hasil analisis, yang dapat meliputi pembahasan suatu peristiwa.

## 6. Memaknai Data

Pada tahap ini peneliti menginterpretasikan pemahaman tentang budaya, sejarah dan pengalaman. Peneliti harus mengkonfirmasi informasi sebelumnya dan membuat pertanyaan baru untuk dijawab.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan keenam proses diatas dan tahap analisis data diawali dengan mengolah dan mempersiapkan data, membaca keseluruhan data, mengcoding semua data, menggunakan proses coding, menyajikan kembali data, dan menginterpretasikan atau memaknai data. Tahapan-tahapan diatas akan peneliti gunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu Strategi komunikasi pemasaran UMKM di masa pandemic Covid-19.

### 3.7. Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam meneliti kasus ini ada beberapa keterbatasan yang ada pada penelitian ini agar dapat diperhatikan kembali oleh para peneliti-peneliti selanjutnya untuk menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini masih memiliki keterbatasan dan belum sempurna, dengan adanya keterbatasan penelitian ini diharapkan bagi para peneliti selanjutnya dapat mengembangkan dan menyempurnakan penelitian ini menjadi lebih luas dan terperinci. Berikut adalah beberapa keterbatasan penelitian pada penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya berfokus pada satu objek Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di bidang *food and beverage*. Masih banyak jenis-jenis UMKM yang dapat di teliti seperti di bidang fesyen dan jasa.
2. Penelitian ini hanya berfokus pada strategi komunikasi pemasaran saja tidak mencakup komunikasi organisasi.
3. Penelitian ini hanya dilakukan pada masa pandemi Covid-19 yaitu pada bulan April 2021 hingga April 2022.