

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Paradigma merupakan sebuah konsep atas adanya asumsi-asumsi dasar yang diyakini oleh seorang peneliti ketika memandang suatu permasalahan (Pahleviannur et al., 2022). Dengan kata lain, paradigma merupakan sebuah perspektif dari peneliti dalam melihat realita, mempelajari bentuk fenomena, serta cara-cara yang digunakan peneliti dalam merumuskan penelitian secara objektif, dengan lebih terarah. Pada penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma *post-positivist*.

Menurut Clark & Fisher dalam (Panhwar et al., 2017) Paradigma *post-positivist* ini mengedepankan triangulasi antara metode kualitatif dan kuantitatif yang berguna untuk menggali keragaman fakta yang dapat dicaritahu melalui penelitian dan investigasi, namun tetap menghargai semua temuan sebagai bentuk komponen esensial untuk hasil pengembangan ilmu pengetahuan. Dengan kata lain penggunaan paradigman ini dapat menjelaskan bahwa adanya sebuah realita bersifat dapat berubah apabila didukung dengan alasan yang tepat untuk memahaminya. Implementasi paradigma ini dalam pendekatan kualitatif percaya bahwa penelitian termasuk sains yang berbentuk objektif alamiah diperlukan untuk mengoreksi data (Tracy, 2020).

Peneliti memilih menggunakan paradigma *post-positivist* ini didasari atas rumusan masalah untuk mendapatkan informasi dari pihak internal Re.juve dalam mengetahui bagaimana strategi *integrated marketing communications* yang digunakan dalam kampanye kolaboratif Re.juve X Luna Maya yang telah dilaksanakan selama periode 7 bulan, dimulai dari Juni 2022 hingga Januari 2023. Relevansi karakteristik paradigma *post-positivist* ini nantinya akan dijadikan sebagai arah peneliti dalam menginterpretasikan data-data yang telah didapat dari hasil wawancara maupun studi-studi dokumen yang relevan terkait dengan objek penelitian.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Denzin & Lincoln dalam (Anggito & Setiawan, 2018) sebuah penelitian kualitatif dilakukan atas sumber data alamiah yang dilakukan untuk memaknai suatu fenomena atau objek yang dipilih dengan memadukannya dengan metode serta teori yang ada. Pada bentuk metode penelitian kualitatif ini berarti sebuah pemahaman awal ditulis berdasarkan masalah-masalah atas realitas yang terjadi dalam kehidupan sosial yang terperinci. Penyusunan penelitian dengan pendekatan kualitatif disusun dengan menggunakan paragraf yang induktif berdasarkan sebuah pemaparan fenomena yang sedang berlangsung, serta dituliskan penelitiannya dengan berisi kutipan-kutipan data fakta melalui proses pencarian di lapangan untuk mendukung teori serta konsep yang digunakan.

- Menurut Sudaryono, suatu penelitian yang menggunakan metode deskriptif akan melihat adanya fakta-fakta dari suatu populasi tertentu berkaitan dengan pendapat suatu individu, organisasi, keadaan ataupun prosedur, peneliti tidak melakukan manipulasi terhadap objek penelitian yang akan diteliti (Sudaryono, 2017). Penggunaan metode deskriptif kualitatif pada penelitian ini dilakukan dalam kurun waktu yang singkat, serta berasal dari suatu rumusan masalah yang digunakan peneliti untuk mengeksplor situasi atau fenomena yang diteliti secara menyeluruh, luas, dan mendalam. Peneliti dituntut untuk memahami fenomena sebagai sebuah bentuk realitas secara apa adanya secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat sasaran, dengan turut memeriksanya dengan menyeluruh, terkait penyelenggaraan sebuah kampanye yang dilakukan oleh PT Sewu Segar Primatama dengan merek dagang Re.juve sebagai *brand* ritel minuman sehat yang memproduksi jus sehat asal Indonesia, pada kampanye Re.juve X Luna Maya yang telah terselenggara dari bulan Juni 2022 hingga Januari 2023.

Dengan memilih menggunakan penelitian kualitatif ini, peneliti sebagai seorang *human instrument* nantinya harus memiliki hubungan dengan yang diteliti, dengan hubungan interaksi dengan sumber data dan mengenal betul orang yang memberikan data (Sugiyono, 2019). Berdasarkan hal ini bentuk data primer yang

akan dikumpulkan oleh peneliti nantinya adalah berupa hasil wawancara, observasi partisipan dengan pihak internal Re.juve yang telah berpartisipasi dan terlibat dalam pembuatan kampanye, serta menggunakan pemeriksaan keabsahan dengan data yang disesuaikan di lapangan secara kontekstual.

Dengan kata lain, hal ini memungkinkan jika peneliti bisa menemukan suatu hal yang baru dalam proses pencarian informasi sebagai sebuah bentuk data primer di lapangan secara mendalam. Penelitian ini tidak mengutamakan banyaknya informan dalam wawancara namun berfokus pada wawancara yang mendalam kepada internal perusahaan dan melalui studi dokumentasi, agar dapat menjelaskan jawaban dari rumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimana strategi *Integrated marketing communications* dalam kampanye Re.juve X Luna Maya.

3.3. Informan

Informan merupakan bagian dari subjek penelitian yang dapat berupa individu, kelompok, benda, atau suatu latar peristiwa sosial seperti aktivitas individu (Sugiyono, 2019). Dalam pendekatan metode kualitatif, informan penelitian berkaitan dengan bagaimana langkah yang ditempuh peneliti untuk dapat berguna dalam pencarian data atau informasi yang diasumsikan dapat relevan dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini peneliti membutuhkan informan untuk dijadikan sebagai subjek penelitian, dimana informan pada penelitian ini akan menjadi sumber informasi untuk mengetahui informasi penelitian. Pemilihan informan dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan sebuah teknik penentuan sampel yang akan menjadi subjek pada penelitian ini melalui penentuan yang sengaja dipilih dengan beberapa pertimbangan, sehingga tidak semua orang bisa jadi informan (Sugiyono, 2019).

Dalam penelitian ini, informan peneliti adalah pihak internal dari perusahaan Re.juve, dan memiliki kriteria informan penelitian sebagai berikut:

1. Merupakan bagian dari karyawan Re.juve
2. Terlibat secara partisipatif dalam pembuatan kampanye Re.juve X Luna Maya

3. Mengetahui secara mendalam mengenai kampanye Re.juve X Luna Maya
4. Turut serta dalam proses perencanaan hingga evaluasi kampanye Re.juve X Luna Maya

Berdasarkan kriteria tersebut, dengan kata lain informan atau narasumber dalam penelitian merupakan seseorang yang memiliki informasi maupun data yang banyak terkait masalah dan objek yang sedang diteliti, sehingga nantinya akan diminta informasi mengenai objek penelitian. Dalam mencari dan mendapatkan informan penelitian dilakukan dengan cara menyesuaikan kepada sudut pandang dari penelitian ini, terkait pemilihan informan yang didapatkan diperuntukkan untuk kebutuhan utama dari penelitian ini. Ada pun klasifikasi informan ini tertuang pada tabel berikut:

Tabel 3.1 Tabel Informan Penelitian

No	Nama Informan	Jabatan	Keterangan
1	Devina Lolita	<i>Public Relations Staff</i> Re.juve	Berkontribusi dan terlibat langsung pada produksi <i>PR campaign</i> yang diadakan oleh perusahaan, dimulai dari tahapan perencanaan hingga tahap evaluasi <i>campaign</i> .
2	Faldy Efadua	<i>Marketing Communications Staff</i> Re.juve	Aktif melakukan implementasi dari strategi pemasaran, di mulai dari perencanaan hingga evaluasi dalam peluncuran produk dan kampanye, berkolaborasi dengan komunitas dan <i>influencer</i> sebagai bagian dari strategi pemasaran serta melaksanakan kegiatan aktivasi <i>in-store</i> untuk mendukung saluran penjualan.
3	Richmond Dhaniswara	<i>MT - Digital Marketing Staff</i> Re.juve	Terlibat dalam pengelolaan saluran digital seperti <i>website</i> , dan aktivitas <i>digital marketing</i> seperti, iklan meta, iklan google, CRM, dan beberapa proyek dengan tujuan untuk mendapatkan pelanggan dan penjualan.
4	Angela Anita Suryandini	<i>Head of Customer Relationship Management (CRM) Staff</i> Re.juve	Terlibat dalam dalam mengelola hubungan dengan pelanggan, serta mengelola semua data interaksi perusahaan dengan pelanggan melalui perancangan pesan, serta konten yang menarik pelanggan untuk meningkatkan <i>engagement</i> , maupun sales.

Sumber: Olahan Peneliti

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan sebuah langkah yang utama dilakukan dalam suatu penelitian untuk mendapatkan data dan menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2019). Pada proses pengumpulan data tujuannya adalah sebagai alat bantu yang dipilih dan digunakan peneliti dalam kegiatan agar penelitian menjadi sistematis dalam prosesnya. Pada penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data ini dilakukan dalam proses situasi yang alamiah berdasarkan realitas yang ada di lapangan. Pada penelitian ini sumber data yang akan digunakan terbagi menjadi 2 klasifikasi yaitu sumber data primer dan sekunder, adapun penjelasannya sebagai berikut:

3.4.1. Data Primer

Pengumpulan data primer pada suatu penelitian merupakan sumber data yang diambil secara langsung dan berupa data utama yang memberikan jawaban dari pertanyaan penelitian (Sugiyono, 2019). Data primer pada penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik wawancara. Menurut Nasution dalam (Sudaryono, 2017) wawancara merupakan bentuk dari komunikasi verbal atas percakapan dengan tujuan memperoleh informasi, dengan tatap muka secara individual. Wawancara dijadikan sebagai teknik pengumpulan data yang dilakukan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya, serta untuk mengetahui hal-hal dari informan secara lebih mendalam.

Berdasarkan Esterberg dalam (Sugiyono, 2019) menjelaskan bahwa wawancara memiliki beberapa jenis, salah satunya ada wawancara semi terstruktur yang juga termasuk dalam kategori *in-depth interview* atau wawancara mendalam. Wawancara jenis ini dilakukan untuk bertujuan menemukan permasalahan secara terbuka, dengan memberikan pendapat serta ide-idenya.

Dengan menggunakan wawancara semi terstruktur, berarti peneliti ingin mendapatkan jawaban yang mengacu dari pertanyaan terbuka selama sesi berlangsung dengan penggalian informasi yang lebih mendalam (*in-depth*

interview). Maka dari itu dalam melakukan wawancara pada penelitian ini, peneliti telah membuat pedoman wawancara. Pedoman wawancara merupakan uraian daftar pertanyaan mencakup fakta, pengetahuan, konsep, persepsi yang dituangkan peneliti untuk mendapatkan jawaban yang terbuka agar proses wawancara dilakukan dengan baik dan sistematis, sehingga dapat menjawab rumusan masalah penelitian, atas teori dan konsep yang telah digunakan.

Pada penelitian ini, peneliti memilih untuk melakukan wawancara semiterstruktur kepada pihak internal Re.juve agar dapat menjelaskan terkait bagaimana kegiatan IMC pada kampanye Re.juve X Luna Maya, nantinya peneliti melakukan secara teliti dan mencatat apa yang dikemukakan oleh informan dalam lembar *coding sheet* untuk dianalisa.

3.4.2. Data Sekunder

Pengumpulan data sekunder pada penelitian kualitatif merupakan data yang dikumpulkan secara tidak langsung, misalnya dapat melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2019). Data sekunder yang digunakan pada penelitian ini adalah melalui studi kepustakaan dan dokumentasi.

1. Studi Kepustakaan

Pengumpulan data dalam studi kepustakaan berkaitan dengan kajian teoritis dan sumber referensi lain terkait dengan fenomena sosial yang akan diteliti. Studi kepustakaan bisa didapatkan melalui referensi sumber penelitian terdahulu melalui jurnal hingga internet yang memiliki relevansi, kebaruan dan keaslian sumber (Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini, peneliti banyak mengambil referensi studi kepustakaan melalui jurnal penelitian, penelitian skripsi terdahulu, *e-book*, buku, serta artikel dari situs *web* dengan minimal 5 hingga 10 tahun kebaruan dan memiliki relevansi dengan teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian yaitu seputar pembahasan dari bentuk kegiatan *integrated marketing communications* dalam sebuah perusahaan/organisasi sebagai sumber referensi penulis dalam memperluas pemahaman dan mencari

keterkaitan sumber terdahulu dengan implementasinya di konteks yang berbeda.

2. Dokumentasi

Pengumpulan data melalui dokumentasi ditujukan berdasarkan cara memperoleh data langsung dari tempat penelitian berkait dalam ketersediaan dokumen atas peristiwa yang telah terjadi (Sudaryono, 2017). Dokumentasi dapat berupa sebuah kegiatan mencari dan mengumpulkan data-data berupa tulisan, arsip foto, yang berkaitan relevansinya dengan objek penelitian yang diteliti, dapat berupa catatan lapangan, dokumen perusahaan yang berkaitan dengan penelitian (Sugiyono, 2019).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pengumpulan data berupa dokumen yang berkaitan dengan tulisan-tulisan, publikasi, foto-foto terkait pemberitaan kampanye Re.juve XLuna Maya melalui *website* rejuve.co.id, serta beberapa arsip perusahaan untuk menambah referensi dalam penelitian ini.

3.5. Metode Pengujian Data

Metode pengujian data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk membuktikan validitas atau kebenaran terkait laporan penelitian dengan apa yang terjadi sesungguhnya terkait objek yang diteliti dengan keadaan realitas, hal ini tergantung pada bentukan manusia dalam menafsirkan atau menjabarkan sebuah penelitian, maka dari itu metode pengujian data ini juga disebut sebagai uji validitas. Dalam (Sugiyono, 2019) disebutkan bahwa pengujian data atau uji validitas pada penelitian kualitatif di bagi kedalam empat jenis metode, yaitu: *Credibility*, *Transferability*, *Dependability*, dan *Conformability*.

Pada penelitian ini, peneliti memilih metode pengujian data dengan menggunakan metode *conformability*. *Confirmability* merupakan langkah pengujian data dengan menggunakan *confirmability* dalam penelitian kualitatif digunakan dengan cara menyepakati hasil penelitian oleh banyak orang (Sugiyono, 2019). Pengujian data dengan metode ini bisa dipraktikkan secara bersamaan

dengan mengaitkan proses penelitian yang telah dilakukan, kemudian apabila hasil penelitian merupakan fungsi dari proses penelitian yang telah diterapkan, maka penelitian telah memenuhi standar uji objektivitas. Pada penelitian ini, nantinya setelah hasil penelitian didapatkan melalui hasil dari analisis data yang dilakukan, peneliti akan melakukan uji objektivitas dengan para subjek penelitian yang terlibat dalam penelitian ini, yaitu menyepakati hasil penelitiannya dengan para narasumber, serta dosen sebagai langkah objektif dalam pengujian data.

3.6. Metode Analisis Data

Kegiatan analisis data dalam sebuah penelitian kualitatif dinyatakan oleh Bogdan dalam (Sugiyono, 2019) sebagai sebuah prosedur pencarian dan penyusunan yang sistematis dari perolehan data melalui hasil wawancara, catatan lapangan, serta bahan-bahan lain agar mudah dipahami, dan hasil keseluruhan temuan dalam penelitiannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif, metode analisis data yang digunakan dapat berasal dari struktur yang prosedural disusun secara induktif atas data-data dari lapangan yang telah ditemukan. Langkah-langkah yang prosedural dalam metode analisis data ini dihasilkan dari wawancara mendalam, serta observasi yang mana akan dapat memberikan gambaran terkait fenomena atau realitas yang sedang terjadi di dunia nyata, metode analisis data inilah yang biasa dikenal dengan sebutan *grounded theory* (Bryant & Charmaz, 2019).

Metode analisis data dengan *grounded theory* ini dapat menghasilkan kesimpulan temuan dari koleksi data yang telah ditemukan di lapangan dengan penggunaan set prosedural yang sistematis untuk mengembangkan teori dan fenomena secara induktif. Merujuk pada teori dan konsep yang telah dijelaskan di bab dua penelitian ini, nantinya akan mengambil dan mengumpulkan data terkait sebuah penerapan dari *integrated marketing communications (IMC)* yang memiliki keterkaitan dalam pembuatan kampanye *public relations* pada sebuah perusahaan, implementasi yang sangat fleksibel dari perkembangan IMC ini membuat peneliti turut mencari kebaruan di dalamnya, maka dari itu *grounded theory* dirasa tepat

untuk digunakan dalam menganalisis data-data yang nantinya telah ditemukan dari lapangan untuk merujuk pada pengembangan atas suatu implementasi teoritis.

Straus & Corbin (1990) dalam (Bryant & Charmaz, 2019) menjelaskan dengan terperinci terkait teknik prosedural yang berorientasi dalam sebuah pengodean (*coding*) yang termasuk dalam metode analisis data *grounded theory*, ke dalam tiga tahapan urutan yang sistematis melalui: *open coding*, *axial coding*, dan *selective coding*.

1. Pengodean Terbuka (*Open Coding*)

Tahapan *open coding* didefinisikan menurut Straus & Corbin dalam (Bryant & Charmaz, 2019) sebagai sebuah titik mulai "*starting point*". Dalam pengkodean terbuka nantinya peneliti akan meringkas dalam format *statement* paragraf yang bertujuan untuk memecah, memeriksa, membandingkan, dan mengkategorikan data ke dalam konseptual penelitian hingga menghasilkan data yang terkategori

2. Pengodean Aksial (*Axial Coding*)

Tahapan kedua dalam aktivitas pengkodean data dalam kualitatif adalah *axial coding*. Menurut Straus & Corbin dalam (Bryant & Charmaz, 2019) tahapan ini digunakan oleh peneliti untuk menarik kembali data seseorang dengan menghubungkan kategori ke dalam subkategori, serta mengaitkan dengan analisis yang muncul.

3. Pengodean Terpilih (*Selective Coding*)

Tahapan ketiga dalam proses pengkodean data dalam kualitatif adalah *selective coding*. Menurut Straus & Corbin dalam (Bryant & Charmaz, 2019) pada tahapan ini, ditetapkan adanya kategori inti seseorang untuk menghubungkannya dengan kategori lain (terintegrasi), serta memvalidasi dan menyempurnakan hubungan dari kemungkinan kategorisasi yang tidak lengkap secara teoritis ke dalam kalimat yang sistematis.

Dalam penelitian ini nantinya peneliti akan menggunakan tiga tahapan pengkodean dari data yang telah didapatkan melalui hasil wawancara mendalam dengan informan penelitian, dengan tujuan menjawab pertanyaan penelitian terkait bagaimana Re.juve melaksanakan kegiatan strategi *Integrated marketing communications* dalam kampanye Re.juve X Luna Maya.

3.7. Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini berjalan dalam jangka waktu yang terbatas yaitu berkaitan dengan periode kampanye Re.juve X Luna Maya yang telah terselenggara selama 7 bulan yaitu dari Juni 2022 hingga Januari 2023.

