

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Paradigma adalah kumpulan longgar dari berbagai asumsi yang memegang konsep atau proposisi bersama dengan mengarahkan cara berpikir dalam penelitian serta sebagai perspektif, cara menilai, yang berkaitan khusus dengan realitas. Paradigma menjadi cara pandang dalam memaknai suatu hal (Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, 2017). Paradigma merupakan konsep, metode, dan berbagai kaidah aturan dijadikan untuk kerangka kerja pelaksanaan dalam penelitian (Muslim, 2016). Paradigma memiliki sifat yang dapat memudahkan peneliti dalam menentukan langkah ke depan apa yang dilakukan dalam artian paradigma memiliki sifat yang normatif serta penentuan paradigma akan digunakan untuk mempresentasikan kepercayaan dan pilihan untuk dijadikan pedoman dalam melakukan keseluruhan proses penelitian. Pada Penelitian Kualitatif, peneliti memosisikan dirinya sebagai orang yang memproyeksikan diri dalam persepsi objek yang nantinya akan diteliti, peneliti juga melibatkan persepsi dalam pengumpulan data yang nanti akan ditemui.

Peneliti juga cenderung melihat berbagai realitas sosial yang disesuaikan dengan keadaan serta waktu yang berubah-ubah (Israfil, 2022). Sehingga dalam penelitian kualitatif, peneliti harus langsung berinteraksi dengan objek yang ditelitinya serta berinteraksi langsung dengan objek yang diteliti. Paradigma terbagi menjadi empat macam yaitu paradigma kritis, konstruktivisme, positivisme, dan post-positivisme. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme yang mengacu pada perspektif dengan melihat realitas dan pengetahuan sebagai hasil dari konstruksi sosial dan interpretasi subjektif individu. Dalam konteks penelitian kualitatif, paradigma ini berfokus pada bagaimana suatu individu dapat menciptakan makna melalui pengalaman pribadi dan adanya interaksi sosial (Creswell. J, 2018). Paradigma konstruktivisme memiliki karakteristik bahwa pengetahuan dipandang sebagai subjektif dan kontekstual tergantung pada pendekatan ini memungkinkan peneliti dalam

menggali dan mengeksplorasi perspektif dan pengalaman yang dialami oleh individu dan memiliki fokus dalam memahami serta memberi makna pada pengalaman individu tersebut. Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme yang bertujuan untuk memahami secara mendalam bagaimana pengalaman dan persepsi individu terkait produk *homeworkout* dipengaruhi dengan konteks sosial budaya perusahaan.

Adanya makna subjektif yang diberikan oleh merek terhadap produk serta perencanaan komunikasi pemasaran yang digunakan dalam memasarkan produk *homeworkout* perempuan sehingga dalam hal ini peneliti juga dapat melihat dan mengidentifikasi praktik strategi komunikasi pemasaran yang paling efektif dan terbaik pada perusahaan HappyFit Indonesia dalam memasarkan produk *homeworkout* perempuan.

3.2. Metode Penelitian

Metode Penelitian dapat dimaknai sebagai serangkaian cara ilmiah untuk memperoleh berbagai data yang memiliki kegunaan dan tujuan tertentu (Sugiyono, 2021). Sehingga bisa dinyatakan bahwa, metode penelitian merupakan suatu aspek penting bagi penelitian untuk memperoleh fakta dan data yang nantinya akan diolah. Pada pelaksanaan sebuah kegiatan riset, metode penelitian yang dipilih menjadi unsur utama dalam menentukan jawaban serta tujuan atas berbagai masalah yang diajukan (Arikunto, 2019). Terdapat dua metode penelitian yaitu metode penelitian kuantitatif dan kualitatif.

Riset yang akan dilaksanakan menggunakan metode penelitian kualitatif, agar peneliti bisa mengerti dan memahami secara mendetail terkait proses interaksi, perilaku, nilai, makna suatu tindakan, serta pengalaman suatu individu atau kelompok yang berlangsung secara alami. Metode kualitatif diartikan sebagai sebuah riset yang mengkaji kejadian maupun gejala tertentu, terkait apa yang sedang dialami oleh seorang individu sehingga dapat memunculkan persepsi, sikap, tingkah laku, dorongan, maupun tindakan, di mana hal ini dideskripsikan kedalam bahasa secara alamiah. Dalam penelitian kualitatif peneliti akan mengurutkan data berdasarkan kategori tertentu dan mendeskripsikannya dari

hasil wawancara, dan dokumentasi yang dapat berupa kata, gambar, catatan, dan lain sebagainya yang dimulai dari perolehan kasus dengan proses secara induktif sehingga pada penelitian kualitatif penting untuk menjaga hubungan baik dan memiliki kedekatan dengan informan untuk mempermudah dalam mengumpulkan berbagai data untuk diolah (Nanda Saputra, Metodologi Penelitian Kualitatif, 2023). pada penjelasan yang telah dijelaskan di atas bahwa, penelitian kuantitatif cenderung bersifat menerangkan (*explanation*) dan *to learn about the people* sedangkan pada penelitian kualitatif lebih berfokus dalam memahami (*understanding*) terkait fenomena yang terjadi di masyarakat (masyarakat sebagai subjeknya).

Riset yang peneliti laksanakan memakai metode kualitatif deskriptif, yakni sebuah riset yang pelaksanaannya ditujukan untuk mendeskripsikan berbagai fenomena yang terjadi secara alamiah atau buatan manusia mencakup karakteristik, aktivitas, perubahan, hubungan, kesamaan dengan fenomena lainnya (Sukmadinta, 2017). Tujuan penelitian Kualitatif Deskriptif adalah untuk menjelaskan, menjabarkan, dan melihat dengan menyeluruh serta secara objektif terkait suatu peristiwa yang secara nyata benar-benar terjadi berdasar pada beragam fakta di lapangan. Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif berdasarkan tujuan dari perusahaan untuk melihat perencanaan strategi komunikasi perusahaan dan berbagai kegiatan yang dilakukan sebagai bentuk implementasi strategi yang dilakukan oleh HappyFit Indonesia yang akan dijabarkan dan dianalisis oleh peneliti.

3.3. Informan

Informan didefinisikan sebagai individu yang dipilih untuk memberikan data atau informasi terkait situasi untuk tujuan penelitian yang dijalankan. Informan akan membantu peneliti dalam melengkapi data, di mana data-data ini bisa diperoleh melalui kegiatan tanya jawab menggunakan pertanyaan yang sudah disiapkan oleh peneliti (Wahjuwibowo, 2015) sehingga penting bagi peneliti untuk menetapkan informan sesuai dengan fokus penelitian yang dijalankan. Dalam upaya mendapatkan berbagai data untuk penelitian kualitatif ini, penting

bagi peneliti untuk mencari informan yang sesuai dan membantu khususnya dalam sesi tanya jawab yang nantinya akan diberikan agar peneliti dapat menemukan pemahaman mendalam terkait suatu fenomena yang terjadi (Moleong, Metodologi Penelitian Kualitatif, 2017).

Riset yang peneliti selenggarakan memakai teknik *purposive sampling*, yakni sebuah cara untuk menentukan sampel didasarkan pada pertimbangan terhadap aspek-aspek tertentu (Sugiyono S. , 2016). Alasan peneliti menggunakan teknik ini karena peneliti menentukan informan berdasarkan berbagai pertimbangan sesuai dengan fokus dan latar belakang dari penelitian sehingga kriteria informan sudah ditentukan secara tidak acak dan sengaja sehingga peneliti menganggap bahwa ketiga informan tersebut dapat memenuhi sumber informasi yang dibutuhkan pada penelitian ini. Berdasarkan sejumlah penjelasan pada bagian sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa informan adalah suatu individu yang memberikan informasi terkait dengan data atau objek yang menjadi fokus penelitian. Berkenaan dengan hal tersebut, peneliti telah merumuskan sejumlah kriteria sebagai dasar pertimbangan dalam memilih informan, yakni meliputi:

1. Karyawan Aktif HappyFit Indonesia.
2. Individu yang terlibat, mengetahui, dalam Strategi Komunikasi Pemasaran yang dilakukan HappyFit Indonesia.
3. Individu yang sudah bekerja di HappyFit Indonesia minimal 1 tahun.

Pada penelitian ini, peneliti akan mengumpulkan data yang dilakukan bersama dengan tiga informan yang bekerja dan tergabung di perusahaan HappyFit Indonesia. Ketiga informan dipilih berdasarkan pengalaman, kepentingan, informasi, dan keikutsertaan yang dilakukan untuk menyampaikan terkait Perencanaan dan implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan merek dalam meningkatkan penjualan. Kriteria Informan yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Mesel Ghea, *Performance Marketer* (Informan mengetahui dan bertanggung jawab atas performa *online marketing*, dan *advertising*).
2. Fitri Yani, *E-commerce Specialist* (Informan bertanggung jawab atas mengoptimalkan saluran pada *e-commerce* perusahaan seperti website, efisiensi media sosial dan penjualan *online*).

3. Liena Marwati, *E-commerce Manager* (Informan bertanggung jawab atas keseluruhan pelaksanaan serta data pelaksanaan strategi komunikasi pemasaran).

Tabel 3.1. Identitas Informan

No.	Nama	Periode Kerja	Jabatan
1.	Mesel Ghea	1,6 Tahun	<i>Performance Marketer</i>
2.	Fitriyani	7 Tahun	<i>E-commerce specialist</i>
3.	Liena Marwati	1 Tahun	<i>E-commerce Manager</i>

Sumber: Data Olahan Peneliti

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ketiga informan tersebut terlibat langsung dalam perencanaan komunikasi pemasaran terpadu HappyFit Indonesia dalam meningkatkan Penjualan baik dari segi perencanaan yang dilakukan *offline* maupun *online*. Peneliti akan melakukan wawancara secara mendalam kepada ketiga informan mengenai pemahaman masing-masing individu terkait dengan proses perencanaan komunikasi pemasaran serta implementasinya dengan menggunakan model *Encoding-Decoding* Stuart Hall. HappyFit sendiri memiliki berbagai divisi lainnya yaitu divisi *design*, *logistic*, dan *warehouse* namun pada penelitian ini, peneliti memilih tiga informan yaitu, Messel Ghea sebagai *performance marketer*, dan FitriYani sebagai *e-commerce specialist*, dan Liena Marwati sebagai *e-commerce Manager* dengan alasan karena ketiga informan tersebut mengetahui data, laporan, perencanaan dan implementasi strategi komunikasi pemasaran yang telah dilakukan HappyFit Indonesia serta ketiga informan tersebut memang bekerja dibidang yang berkaitan yaitu bidang ilmu komunikasi. Pemilihan ketiga informan tersebut juga berdasarkan kesediaan informan dan waktu yang telah ditetapkan.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Suatu penelitian memerlukan teknik pengumpulan data guna mencapai tujuan yang sebelumnya telah ditetapkan. Teknik-teknik tertentu yang digunakan untuk mengumpulkan data memiliki peranan krusial, karena melalui penggunaannya, berbagai data untuk memenuhi kebutuhan suatu riset bisa diperoleh (Sugiyono S. , 2016). Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam penyelenggaraan riset ini ialah *in-depth interview* yang nantinya akan menjadi target keberhasilan penelitian karena teknik harus sesuai dan menjawab

permasalahan yang terjadi berdasarkan fokus penelitian karena tanpa adanya teknik pengumpulan data, peneliti tidak akan mendapatkan informasi yang dibutuhkan untuk berjalannya penelitian yang dilaksanakan. Teknik yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan data di antaranya yaitu:

3.4.1. Data Primer

Wawancara merupakan instrumen dalam melakukan pengumpulan data secara langsung yang dapat dilakukan baik *online* maupun *offline*. Wawancara adalah sesi tanya jawab antara dua pihak antara peneliti dan informan dengan tujuan agar bisa diperoleh data maupun informasi tertentu yang diperlukan dalam pelaksanaan suatu riset. Wawancara dibagi menjadi tiga jenis yaitu terdapat wawancara terstruktur, semi struktur, dan wawancara *in-depth interview* (wawancara mendalam). Peneliti memutuskan untuk menggunakan jenis wawancara mendalam guna memperoleh informasi serta data yang detail, lengkap, dan menyeluruh yang dilakukan dengan tatap muka antara pewawancara dan informan (Dewi, 2022).

Wawancara mendalam merupakan salah satu wawancara yang lebih efektif karena berbagai pertanyaan nantinya sesuai dengan fenomena atau keadaan yang pernah dialami oleh informan sehingga pertanyaan dianggap jauh lebih relevan. Sebelum melakukan wawancara, peneliti akan menjelaskan terlebih dahulu latar belakang sekilas dan jelas terkait dengan topik penelitiannya. Dalam melakukan wawancara peneliti juga harus memperhatikan beberapa cara wawancara dengan benar yaitu menghindari kata ganda dan kalimat yang bersifat ambigu, mengajukan pertanyaan dengan singkat padat untuk menghindari pertanyaan panjang yang dapat mengacu pada pertanyaan khusus, serta menggunakan bahasa yang baik dan memperhalus cara pengucapan dan kalimat yang dipakai (Abidah, 2017). Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara *In-depth Interview* kepada Tim internal Marketing HappyFit Indonesia.

3.4.2. Data sekunder

Data sekunder adalah bentuk pengumpulan data secara tidak langsung yang sifatnya mendukung keperluan dari data-data primer. Pada data sekunder, pengumpulan data berasal dari referensi, buku-buku, jurnal, laporan, dan lain sebagainya yang terdapat korelasi dengan penelitian yang dilaksanakan (Sugiyono S. , 2016).

3.5. Metode Pengujian Data

Dalam penelitian kualitatif, pengujian keabsahan data ditekankan pada validitas dan reliabilitas. Validitas pada penelitian kualitatif didasari dengan adanya hasil yang akurat berdasarkan sudut pandang dari pembaca atau peneliti. Metode pengujian data diperlukan untuk menghasilkan penelitian yang reliabel dengan melakukan berbagai catatan sesuai dengan situasi lapangan. Uji keabsahan data pada penelitian kualitatif terdiri dari empat jenis yaitu uji *Credibility*, uji *dependability*, uji *transferability*, dan uji *confirmability* (Hadi, 2016).

1. *Credibility* (Kepercayaan)

Kredibilitas merupakan upaya peneliti dalam menjamin kebenaran data dengan melakukannya konfirmasi antara objek penelitian dan data yang diperoleh dengan tujuan untuk membuktikan pengamatan yang telah dilaksanakan benar-benar berkesesuaian dengan realita dan peristiwa yang terjadi sesungguhnya dalam objek penelitian. Pada kriteria ini, kredibilitas digunakan untuk mengetahui dan menjamin data yang telah dikumpulkan terdapat berbagai nilai kebenaran bagi subjek penelitian maupun bagi para pembaca. Dalam hal ini, perpanjangan pengamatan dapat dilakukan, peningkatan ketekunan, diskusi, dan triangulasi merupakan hal-hal yang dilakukan untuk mendapatkan data berdasarkan dengan pengamatan.

2. *Confirmability* (Kepastian)

Dalam Kriteria kepastian pada penelitian kualitatif dikatakan hampir serupa dengan *dependability*. Pada penelitian kualitatif, konfirmabilitas dapat dikatakan sebagai konsep transparansi (intersubjektivitas) yang dapat diartikan sebagai bentuk pengungkapan kepada khalayak terkait

berbagai elemen serta proses yang akan memberikan kesempatan dalam melakukan penilaian oleh pihak lainnya. Penilaian yang dimaksud merupakan hasil temuan persetujuan antara pihak di mana penelitian layak dikatakan dalam memenuhi kriteria konfirmabilitas jika penelitian tersebut ditemukan proses serta fungsi yang dilakukan.

Pada penelitian ini, peneliti melakukan uji keabsahan data *Confirmability* dengan melakukan konfirmasi dan memastikan lebih menyeluruh dengan mengirimkan hasil transkrip wawancara kepada ketiga informan yang telah dibuat oleh peneliti yang bertujuan agar menghindari adanya kesalahpahaman atau kesalahan penafsiran makna. sehingga nantinya informan akan melihat hasil dari transkrip wawancara yang dibuat selaras dengan informasi yang sudah disampaikan pada saat wawancara.

3.6. Metode Analisis Data

Analisis data merujuk pada kegiatan pencatatan dan penataan hasil pengamatan dan wawancara dengan tujuan untuk menambah pemahaman terkait fenomena yang sedang dikaji, agar dapat menyajikan temuan secara jelas serta mudah dipahami oleh individu lainnya hasil observasi dan wawancara yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman terkait dengan fenomena yang diteliti agar dapat menyajikan temuan bagi orang lain. Hal tersebut dapat dilakukan dalam proses penguraian data, pengkodean, membuat konsep dan menyusun kembali dengan cara terbaru (Murdowo, 2017). Analisis data juga dapat didefinisikan sebagai upaya dalam mencari data dan informasi sebanyak-banyaknya melalui proses lapangan dengan berbagai persiapannya, menata dengan sistematis hasil temuan yang ada, menyajikan temuan, dan mencari makna serta pemahaman bagi peneliti terhadap fenomena yang terjadi (Rijali, 2019).

Merujuk pada sejumlah definisi di atas, maka bisa disimpulkan bahwa analisis data merupakan proses merapikan terkait berbagai data yang ada pada hasil wawancara dan dilakukan pengurutan kembali. Penelitian ini menggunakan metode analisis berupa coding. Coding adalah pengorganisasian data, menjabarkannya kembali ke dalam kategori yang sudah ditentukan. Creswell

membagi 3 langkah analisis data yaitu open coding, Axial coding, dan selective coding (Creswell, 2019).

1. *Open Coding*, merujuk pada kegiatan pemberian tanda berupa lingkaran, garis, bawah, atau penanda lainnya pada frasa atau kata yang mewakili konsep penting pada data penelitian (Djiwandono, 2023). *Open coding* merupakan tahap awal proses analisis data di mana konsep-konsep dan berbagai sifat dimensinya ditemukan pada data. Pada *open coding*, data dikelompokkan ke dalam istilah-istilah bermakna dan mendeskripsikannya dalam satu kata yang lebih pendek (Mohajan, 2022). Nantinya data akan diperiksa, diuraikan, dikategorikan, dan dibandingkan antara data yang telah diperoleh dari kegiatan pengamatan dan wawancara. Pada *open coding* artinya data akan dipecah menjadi beberapa bagian yang akan dianalisis secara mendalam dan dilakukan dengan bentuk menganalisis transkrip wawancara, pengkodean berbagai baris, catatan lapangan, guna mengidentifikasi kode substantif yang muncul pada data hingga pada akhirnya peneliti akan memilih informasi berdasarkan kategorinya.
2. *Axial Coding*, adalah proses yang memiliki fokus dalam melihat dan membangun keterkaitan antara data yang dihasilkan pada open coding. *Axial coding* merupakan pengkodean tingkat kedua di mana data yang dibagi menjadi beberapa kode terpisah akan disusun kembali. *Axial coding* bergantung terhadap perspektif utama dalam mengategorikan dan mengatur lebih lanjut terkait data melalui konteks, penyebab, dan kondisi (Mohajan, 2022).
3. *Selective Coding*, adalah proses pemilihan kategori inti. Pada *selective coding* akan menghubungkan kategori inti dengan kategori dari *axial coding*. *Selective coding* merupakan proses pengintegrasian atau penyempurnaan berbagai kategori yang ada dalam suatu riset. Berkenaan dengan hal ini, peneliti nantinya akan menyortir dan menggabungkan berbagai data yang telah terorganisir yang bermakna dan kohesif serta melakukan validasi berbagai kategori yang memiliki kesinambungan

dari apa yang sudah diteliti. Proses *selective coding* akan membuat peneliti untuk menyusun alur cerita dengan kuat dan akurat.

Dalam Ketiga tahap di atas merupakan proses pada penelitian kualitatif yang akan membantu peneliti dalam melakukan pengolahan data hingga menemukan makna. Pada proses ini akan digunakan peneliti untuk mengolah data yang dihasilkan dari wawancara kepada ketiga informan yang telah ditentukan.

3.7. Keterbatasan penelitian

Keterbatasan pada penelitian ini adalah terletak pada periode tertentu dan penulis hanya dapat mengambil sebagian program IMC yang dilaksanakan. pada penelitian ini hanya berfokus pada beberapa pelaksanaan IMC pada tahun 2023 saja yang di mana pada tahun tersebut, perusahaan HappyFit Indonesia pada perencanaan dan strategi komunikasi pemasaran mulai berkembang dalam memasarkan produk *homeworkout* perempuan.