

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan metode kualitatif. Metode kualitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat *postpositivisme*, digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah, di mana peneliti adalah sebagai instrumen kunci. Pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive sampling*, teknik pengumpulan dengan triangulasi atau gabungan, analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2014) . Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian fenomenologi, yaitu untuk mengetahui fenomena tentang strategi pemasaran Radar Jombang dalam menarik minat pemasang iklan koran.

Menurut Moleong (2011) penelitian kualitatif adalah penelitian yang berusaha menggali informasi secara mendalam, serta terbuka terhadap segala tanggapan dan bukan hanya jawaban ya atau tidak. Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan samplingnya sangat terbatas, jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu meneari sampling lainnya.

Penelitian ini mengikuti penelitian yang dilakukan oleh Eisenhardt (1989) untuk membangun sebuah teori melalui berbagai proses penelitian

berdasarkan fenomena yang terjadi dilapangan serta menggunakan pendekatan penelitian yang dilakukan Gioia *et al* (2012) untuk mengembangkan sebuah konsep baru dalam membangun teori induktif dengan penelitian seeara kualitatif. Penelitian oleh Eisenhardt (1989) menjelaskan proses pembangunan teori induktif dari sebuah fokus permasalahan pada fenomena yang terjadi untuk mendapatkan sebuah kesimpulan dengan menggunakan berbagai fitur yang disarankan oleh Eisenhardt diantaranya *problem definition, construct validation*, analisis data *within-case* dan *cross-case*. Penelitian yang dilakukan oleh Gioia *et al* (2012) menjelaskan tahapan pembangunan teori agar menghasilkan konsep dan ide-ide baru, selain itu tahapan yang dilakukan memungkinkan peneliti untuk melakukan analisis secara sistematis, interpretasi data yang dapat dipercaya sehingga meyakinkan pembaea bahwa kesimpulan yang dihasilkan masuk akal.

Dalam penelitian ini teknik pengambilan informan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sumber primer, dan sumber sekunder, sedangkan teknik pengumpulan datanya dengan cara observasi, wawancara semistruktur (*in-depth interview*) dengan narasumber. Alat yang digunakan untuk pengumpulan data antara lain *handphone*, kamera, alat tulis berupa *note book* dan *ballpoint*. Dalam penelitian ini analisis data yang digunakan adalah bersifat induktif kualitatif

yang mengadopsi tahapan dari penelitian Eisenhardt (1989) dan Gioia *et al* (2012).

Tabel 3.1 Tahapan Penelitian

Penelitian Eisenhardt (1989)	Penelitian Gioia, Corley, Hamilton (2012)	Tahapan penelitian yang dilakukan (2021)
1. <i>Getting Started</i>	1. <i>Research Design</i>	1. Pertanyaan penelitian
2. <i>Selecting Case</i> 3. <i>Crafting Instruments and Protocols</i> 4. <i>Entering the Field</i>	2. <i>Data Collection</i>	2. Memilih fokus penelitian 3. Mencari informan dan pengumpulan data 4. Memasuki lapangan
5. <i>Analyzing Data</i> a. <i>Within-Case Analysis</i> b. <i>Cross-Case</i>	3. <i>Data Analysis</i> a. <i>Open Coding</i> b. <i>Axial Coding</i>	5. Analisis Data a. <i>Open Coding</i> Data dikonseptualisasikan dan dikategorikan untuk memperoleh konsep dan kategori terkait analisis periklanan koran dalam menerapkan strategi pemasaran. b. <i>Axial Coding</i> Kategori yang muncul dihubungkan dengan konsep-konsepnya berdasarkan teori strategi pemasaran.
6. <i>Shaping Hypotheses</i> 7. <i>Enfolding Literature</i>	4. <i>Grounded Theory Articulation</i> - <i>Formulate dynamic relationships</i> - <i>Transform static data structure into dynamic grounded theory model</i> - <i>Conduct additional consultations with the literature</i>	6. Memaparkan tahap-tahap perusahaan melakukan strategi pemasaran dalam menarik minat pemasang iklan koran.
8. <i>Reaching Closure</i>		7. Pengakhiran penelitian

3.2 Informan Penelitian

Riset kualitatif tidak bertujuan untuk membuat generalisasi hasil riset. Hasil riset lebih bersifat kontekstual dan kasuistik, yang berlaku pada waktu dan tempat tertentu sewaktu riset dilakukan, karena itu pada riset kualitatif tidak dikenal istilah sampel. Sampel pada riset kualitatif disebut informan atau subjek riset. Disebut subjek riset, bukan objek, karena informan

dianggap aktif mengkonstruksi realitas, bukan sekedar objek yang hanya mengisi kuesioner (Kriyantono, 2009) Dalam penelitian ini teknik pengambilan informan menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan informan sumber data dengan pertimbangan tertentu. Pemilihan informan pada penelitian ini adalah divisi pemasaran, karena pada penelitian ini berkaitan dengan strategi pemasaran iklan koran. Kriteria pemilihan informan (sumber data) dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Divisi pemasaran dan iklan Jawa Pos Radar Jombang.

Berikut adalah data demografi narasumber yang dijadikan informan dalam penelitian ini:

1. Informan pertama yaitu Sulton Arif berusia 42 tahun, laki-laki, sudah menikah, lulusan S1 Fakultas Ushuludin IAIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2000, menjabat sebagai manajer pemasaran iklan dan *event* Radar Jombang. Sejak awal 2004 bekerja sebagai manajer pemasaran iklan di Jawa Pos Radar Mojokerto kantor Biro Jombang. Kemudian pada tahun 2014 hingga sekarang memperkuat tim pemasaran iklan dan *event* Jawa Pos Radar Jombang.
2. Informan kedua yaitu Moh. Ali Syaifuddin berusia 50 tahun, laki-laki, sudah menikah, lulusan S1 Fakultas Teknik Universitas Darul Ulum Jombang tahun 1997, menjabat sebagai manajer pengembangan usaha dan pemasaran iklan Radar Jombang. Sejak Oktober 2001 bekerja sebagai pemasaran iklan di Jawa Pos Radar Mojokerto kantor Biro

Jombang. Kemudian pada tahun 2014 hingga sekarang memperkuat tim pemasaran iklan Jawa Pos Radar Jombang

3. Informan ketiga yaitu Moch. Faisol berusia 45 tahun, laki-laki, sudah menikah, lulusan S1 Fakultas Teknik Universitas Darul Ulum Jombang 2000, menjabat sebagai manajer pemasaran Radar Jombang. Sejak Agustus 2001 bekerja sebagai pemasaran iklan di Jawa Pos Radar Mojokerto kantor Biro Jombang. Kemudian pada tahun 2016 hingga sekarang memperkuat tim pemasaran Jawa Pos Radar Jombang

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut Eisenhardt (1989) *“Case studies typically combine data collection methods such as archives, interviews, questionnaires, and observations”*. Pengumpulan data pada studi kasus dapat dilakukan melalui berbagai metode seperti arsip, wawancara, kuisioner, dan pengamatan atau observasi. Pada penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu interviewer. Wawancara yang digunakan pada penelitian kali ini adalah wawancara secara semi struktur (*in-depth interview*), dimana

pelaksanaannya lebih bebas daripada wawancara secara terstruktur. *In depth inter views are frequently used to collect differing perspectives on a topic* (Shah & Corley, 2006). Wawancara semi struktur biasanya digunakan untuk mengumpulkan perbedaan perspektif dari topik penelitian. Tujuan dari wawancara pada penelitian ini adalah untuk mengetahui berbagai pendapat, pengalaman yang dirasakan, ide-ide dari informan. Informan dari penelitian kali ini adalah divisi pemasaran dan iklan Radar Jombang yang dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Durasi pelaksanaan *in-depth interview* dilakukan selama kurang lebih 30 menit setiap informan. Seluruh data hasil *in-depth interview* direkam, dicatat ke dalam *note book*, dan ditranskripkan untuk menghindari bias dari peneliti. Peneliti juga menggunakan pedoman saat wawancara yang berguna untuk memeriksa setiap data apabila data tersebut tidak relevan dan kemungkinan terjadi pengulangan data dari pertanyaan yang telah ditanyakan atau dibahas. Alat yang digunakan untuk wawancara dalam penelitian ini adalah:

1. *Hand phone*: berfungsi untuk merekam semua percakapan atau pembicaraan, dengan memanfaatkan aplikasi bawaan yakni *voice recorder*.
2. Kamera: untuk memotret disaat sedang melakukan pembicaraan dengan informan atau sumber data.
3. *Note book*: berfungsi untuk mencatat poin-poin utama yang telah disampaikan oleh narasumber.

4. *Ballpoint*: digunakan untuk menulis poin-poin utama yang telah disampaikan oleh narasumber.

2. Observasi

Observasi bertujuan bagi peneliti untuk memahami apa yang dapat mendorong situasi sosial dan untuk memahami bagaimana konteks sosial memengaruhi perilaku individu atau bagaimana perilaku individu mempengaruhi konteks sosial. Pengamatan kualitatif pada dasarnya adalah *naturalistic* dan itu terjadi dalam konteks kejadian alami, di antara para aktor yang secara alami akan berpartisipasi dalam interaksi, dan mengikuti perilaku kehidupan sehari-hari (Shah & Corley, 2006).

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan observasi secara partisipatif dan observasi secara terus terang agar dapat memperoleh data secara nyata mengenai perilaku yang ditunjukkan. Observasi secara partisipatif menurut Sugiyono (2014) adalah jenis observasi di mana peneliti datang ke tempat kegiatan narasumber yang diamati, tetapi tidak ikut terlibat pada kegiatan tersebut, sedangkan observasi secara terus terang atau tersamar di sini digunakan untuk beberapa narasumber yang sekiranya ingin menanyakan tujuan dan maksud sebenarnya dari peneliti, supaya narasumber memiliki kepercayaan dan untuk menghindari pemikiran negatif terhadap peneliti ketika proses observasi berlangsung. Dalam penelitian ini waktu observasi yang dilakukan adalah pada bulan Juli sampai bulan September yang bertempat di Kantor Jawa Pos Radar Jombang.

3. Dokumentasi

Studi dokumentasi yaitu mencari data-data tertulis dilapangan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti. Studi dokumentasi dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2011) . Teknik pengumpulan data dengan dokumentasi merupakan kombinasi pengumpulan data dari sebuah fenomena yang sama selain teknik pengumpulan data dengan wawancara dan observasi yang disebut sebagai metode triangulasi (Bowen, 2009). Dokumen yang dapat digunakan untuk evaluasi sistematis sebagai bagian dari studi mengambil berbagai bentuk contohnya termasuk iklan, agenda, peserta pertemuan, buku, brosur; buku harian, jurnal, surat, foto, bagan dan koran (Bowen, 2009). Pada penelitian ini dokumentasi diperoleh dari foto informan divisi pemasaran dan catatan peneliti saat berada dilapangan.

3.4 Triangulasi

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk memeriksa keabsahan data serta menggunakan *member check*. Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari beberapa teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2018). Triangulasi sumber data yaitu membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Membandingkan hasil wawancara informan utama dengan perkataan informan lain. Dari hasil membandingkan tersebut akan mendapat kesamaan

pandangan, pikiran dan pendapat kemudian akan lebih memantapkan kebenaran yang digali dari beberapa sumber yang berbeda (Moleong, 2017). Triangulasi teori yaitu pemeriksaan data dengan menggunakan perspektif lebih dari satu teori dalam membahas permasalahan yang dikaji (Moleong, 2005). Untuk itu, diperlukan rancangan penelitian, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap, dengan demikian akan dapat memberikan hasil yang lebih komprehensif. Dalam penelitian ini triangulasi teori menggunakan teori berdasarkan Kotler & Amstrong. *Member check* menurut Sugiyono (2013) adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada pemberi data. Tujuan *member check* adalah untuk mengetahui seberapa jauh data yang diperoleh sesuai dengan apa yang diberikan oleh pemberi data.

3.5 Trustworthiness

Trustworthiness atau ketelitian suatu penelitian mengacu pada tingkat kepercayaan terhadap data, interpretasi, dan metode yang digunakan untuk memastikan kualitas penelitian (Connelly, 2016). Empat kriteria untuk menjaga *trustworthiness* (kepercayaan) dalam penelitian kualitatif yaitu *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability* (Shah & Corley, 2006). Connelly (2016) juga menambahkan *authenticity* selain dari empat kriteria penelitian kualitatif yang dijelaskan oleh (Shah & Corley, 2006).

Credibility merupakan aspek yang penting dalam penelitian kualitatif (Shah & Corley, 2006); (Connelly, 2016). Teknik yang digunakan untuk membangun kredibilitas meliputi keterlibatan yang berkepanjangan dengan informan, pengamatan yang terus-menerus, wawancara dengan informan,

pengecekan ulang data, dan mencari teori yang berhubungan (Shah & Corley, 2006); (Connelly, 2016). Untuk menjaga *credibility* pada penelitian ini, peneliti menggunakan keterlibatan secara langsung dengan informan dan menggunakan berbagai sumber data yaitu data dari informan yang diperoleh saat wawancara semi struktur (*in-depth interview*), observasi, dokumentasi, dan referensi dari berbagai sumber seperti buku, jurnal, dan situs *online*.

Dependability mengacu pada stabilitas data dari waktu ke waktu terhadap kondisi penelitian, stabilitas pemahaman kondisi tergantung pada sifat penelitian (Connelly, 2016). Pada penelitian ini, untuk menjaga *dependability* penelitian, pengumpulan data dilakukan hingga mencapai kondisi *saturation* sehingga akan menghasilkan kategori yang konsisten (Shah & Corley, 2006).

Transferability dalam penelitian kualitatif adalah sejauh mana temuan berguna bagi orang-orang, berbeda dari aspek-aspek penelitian lainnya di mana pembaca benar-benar menentukan seberapa berlaku temuan tersebut pada situasi. *Transferability* menghasilkan deskripsi yang kaya dan terperinci tentang konteks, lokasi, informan yang diteliti, dan transparan. Peneliti perlu memberikan gambaran yang jelas yang akan menginformasikan dan beresonansi dengan pembaca (Connelly, 2016). Pada penelitian ini konsep, kategori, dan sub kategori yang muncul dari hasil analisis transkrip *interview*, *field notes*, dan dokumen diekspor ke file spreadsheet untuk menjaga *transferability* penelitian (Shah & Corley, 2006). Setelah itu dicari hubungan

antara konsep, kategori, serta hubungan kategori dengan sub kategori dengan literatur.

Confirmability adalah netralitas atau derajat temuan konsisten dan dapat diulang, dimana kriteria ini untuk menghindari bias dari peneliti (Connelly, 2016). Pada penelitian ini data yang diperoleh dari informan melalui *in-depth interview* direkam, ditranskripkan ke *notes* untuk menghindari bias dari peneliti (Shah & Corley, 2006).

3.6 Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk mengidentifikasi: (1) konsep, (2) kategori, dan (3) subkategori (Eisenhardt, 1989); (Gioia *et al*, 2012). Analisis data dalam penelitian ini dimana data hasil *in-depth interview*, dokumentasi, dan catatan lapangan ditranskripkan. Setelah itu konsep dan kategori yang muncul diekspor ke *file spreadsheet*. Langkah selanjutnya dari proses adalah membandingkan secara sistematis kerangka yang muncul dengan bukti dari setiap kasus untuk menilai seberapa cocok dengan data kasus. Dimungkinkan muncul konsep dan kategori baru selama proses *coding*, di mana konsep dan kategori tersebut (beserta hubungan dengan sub kategorinya) belum muncul dalam konsep dan kategori awal yang diperoleh dari *literature*. Peneliti terus-menerus membandingkan teori dan literasi data ke arah teori yang sangat cocok dengan data. Kecocokan sangat penting untuk membangun teori yang baik karena mengambil manfaat dari wawasan baru yang diperoleh dari data dan menghasilkan teori secara valid dan empiris (Eisenhardt, 1989); (Gioia *et al*, 2012).