

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Paradigma Penelitian

Pendekatan kualitatif digunakan penulis dalam penelitian ini dengan judul “Aktivitas Promosi Marzufa Beladiri Store di Media Sosial sebagai Komunikasi Pemasaran”, yang mana dalam Machmud (2016) menjelaskan bahwa pendekatan ini bertujuan untuk menggambarkan dan menganalisa peristiwa dan fenomena yang terjadi secara langsung. Penelitian dengan pendekatan kualitatif akan menekankan pada kedalaman data yang didapat oleh penulis. Dalam proses penelitian dengan pendekatan ini dapat memperoleh data deskriptif berupa kata-kata tertulis serta lisan dari manusia serta perilaku yang diamati. Pendekatan kualitatif sangat relevan dengan penelitian ini dimana penulis akan mendeskripsikan data yang digali melalui wawancara dengan subjek penelitian terkait aktivitas promosi yang dilakukan Marzufa Beladiri Store.

Creswell (dalam Sugiyono, 2012) menjelaskan, terdapat lima jenis penelitian dalam pendekatan kualitatif, yaitu *Phenomenological research*, *case study*, *grounded theory*, *ethnography*, dan *narrative research*. Dari kelima kategori tersebut penelitian ini termasuk dalam *case studies* (Studi Kasus) yaitu penelitian mengenai suatu kelompok individu, organisasi, maupun program kegiatan dalam kurun waktu tertentu untuk menemukan dan menguraikan informasi secara rinci

(Sugiarto, 2015). Penulis akan melakukan eksplorasi secara mendalam pada aktivitas, proses, kejadian terhadap objek yang diteliti.

Paradigma konstruktivisme adalah dasar dari penelitian ini. Paradigma ini mengklaim bahwa pengetahuan tidak hanya hasil dari pengalaman terhadap fakta, tetapi hasil dari pemikiran subjek penelitian yang termasuk di dalamnya, mengenai bagaimana manusia mengenal realitas sosial tetapi bukan pada objek penelitian melainkan subjek. Hal ini menjelaskan bahwa suatu pengetahuan tidak hanya hasil dari pengalaman, tetapi juga hasil dari pemikiran subjek (Arifin, 2012).

Alasan penulis menggunakan paradigma ini karena konstruktivisme berfokus pada pentingnya pengamatan dan objektivitas dalam menemukan hasil yang relevan. Paradigma ini juga menggambarkan realitas terdapat bermacam-macam bentuk seperti pengalaman sosial serta hasil konstruksi pemikiran subjek yang diteliti. Paradigma konstruktivisme selalu mampu menemukan sudut pandang yang berbeda terhadap objek penelitian, dengan demikian peneliti akan memfokuskan penelitiannya terhadap konsep bauran promosi.

Penulis akan memfokuskan bauran promosi sebagai landasan konsep yang digunakan terhadap objek penelitian, sedangkan paradigma konstruktivisme akan menekankan pada konsep dan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh objek penelitian khususnya dalam menentukan objek market terhadap produk yang dipasarkan, Dalam hal ini adalah Marzufa Beladiri Store.

3.2 Tipe dan Fokus Penelitian

Penulis menggunakan tipe deskriptif kualitatif dalam penelitian ini. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, temuan penelitian dikomunikasikan secara verbal dan visual, bukan secara numerik (Moleong, 2005). Pendekatan deskriptif juga tidak melibatkan perbandingan atau hubungannya dengan faktor lain, fokus pada eksplorasi dan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti (Machmud, 2016). Oleh karena itu dalam menemukan fakta penelitian, penulis menggunakan tipe ini untuk menggali informasi mengenai aktivitas komunikasi pemasaran Marzufa Store yang hasilnya akan dijelaskan seakurat mungkin seperti apa adanya secara deskriptif.

Sesuai dengan masalah yang ada, maka fokus pada penelitian ini adalah tentang aktivitas promosi yang dilakukan Marzufa Beladiri Store di media sosial sebagai komunikasi pemasaran dalam meningkatkan jumlah konsumen menggunakan teori bauran promosi (*Promotional Mix*) menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong, diantaranya adalah Periklanan, Penjualan Personal, Promosi Penjualan, Humas dan Publisitas, serta Pemasaran langsung.

3.3 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan setelah melakukan seminar proposal pada bulan Februari tahun 2024. Lokasi dilaksanakannya penelitian ini berada di Marzufa Beladiri Store Kota Malang tepatnya di Jl. Janti Barat Blok C4, Bandungrejosari, Sukun, Kota Malang, Jawa Timur, 65148.

3.4 Subjek dan Sumber Data Penelitian

Dalam sebuah penelitian, salah satu unsur penting yang harus diperhatikan adalah subjek penelitian. Subjek penelitian merupakan pihak yang dijadikan sampel penelitian. Subjek ini berperan dalam memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh penulis.

Pemilihan subjek yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Teknik Purposive Sampling*, yaitu metode dengan mengidentifikasi pemilihan subjek penelitian dengan pertimbangan tertentu dan dengan kriteria yang telah ditentukan (Machmud, 2016). Jumlah subjek bukan lah hal yang utama dalam penelitian ini, sehingga pemilihannya didasarkan pada kualitas informasi yang diperoleh sesuai tema yang diteliti. Berikut adalah kriteria subjek yang digunakan :

1. Mengetahui langkah perancangan dan penerapan pemasaran produk Marzufa Beladiri Store
2. Menganalisis efektivitas penerapan komunikasi pemasaran yang telah berlangsung pada Marzufa Beladiri Store
3. Mengetahui aktivitas komunikasi pemasaran produk Marzufa Beladiri Store baik secara offline maupun online.
4. Mengambil beberapa langkah evaluasi komunikasi pemasaran Marzufa Beladiri Store

Dari kriteria yang sudah disebutkan diatas, maka subjek dari penelitian ini ada 2 orang yaitu :

Tabel 3. 1
Subjek Penelitian

Subjek Penelitian	Status
Subjek Penelitian 1	Owner Marzufa Beladiri Store
Subjek Penelitian 2	Admin Online Marzufa Beladiri Store

Dalam penelitian ini subjek penelitian 1 adalah informan kunci yang dianggap memiliki pemahaman dan pengetahuan terkait informasi yang dibutuhkan penulis, sedangkan subjek penelitian 2 merupakan informan pendukung yang dapat memberikan informasi tambahan untuk memperkuat dan memperjelas dalam penelitian ini.

Sumber data yang diperoleh dari pemilihan subjek diharapkan bisa melengkapi kebutuhan informasi terkait komunikasi pemasaran Marzufa Beladiri Store. Terdapat dua jenis data dalam penelitian ini diantaranya:

1. Data Primer

Data primer ialah data baru atau data asli yang dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti (Septian, 2016). Proses pengumpulan data penelitian yang bersumber langsung dengan subjek

penelitian ini harus tersusun secara spesifik pada poin dan substansi penelitian, dengan demikian peneliti harus memfokuskan penelitiannya pada data primer yang bersumber dari subjek penelitian secara langsung. Teknik wawancara langsung digunakan pulis dalam penelitian ini dengan informan atau subjek penelitian yaitu Fahmi Ramadhan dan Isrin Ismayanti selaku *Owner* dan Admin *Online* dari Marzufa Beladiri Store. Data primer inilah yang akan menjadi sumber data penelitian utama untuk dianalisis dengan menggunakan konsep teori yang telah ditentukan

2. Data Sekunder

Data sekunder, yang dapat ditemukan dalam buku-buku penelitian atau dokumen resmi pemerintah, adalah data yang menjelaskan data primer (Septian, 2016). Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari dokumentasi maupun arsip yang dimiliki oleh Marzufa Beladiri Store.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Sasaran strategi pengumpulan data dalam penelitian ialah untuk mengumpulkan data. Data dapat dikumpulkan dari berbagai sumber, lokasi, serta metode (Sugiyono, 2018). Berikut ini teknik Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini diantaranya :

1. Wawancara mendalam (*In-depth Interview*)

Wawancara ialah percakapan di mana dua orang bertukar ide serta informasi dengan mengajukan dan menerima pertanyaan untuk menciptakan makna seputar subjek tertentu (Esterberg dalam Sugiyono, 2015:231). Disini penulis melakukan wawancara secara langsung melalui tatap muka yang mana subjek telah mengetahui maksud dari wawancara tersebut. Penulis melakukan wawancara di rumah pemilik Marzufa Beladiri Store. Wawancara ini dilakukan dengan orang yang dinilai dapat memberikan informasi yang diperlukan oleh penulis yakni Fahmi Ramadhan selaku pemilik Marzufa Beladiri Store dan Isrin Ismayanti selaku Admin yang mengatur aktivitas pemasaran marzufa secara online. Beberapa langkah yang dilakukan penulis dalam menyiapkan wawancara adalah:

- 1) Membuat daftar pertanyaan
- 2) Menghubungi dan melakukan perjanjian untuk melakukan wawancara kepada subjek penelitian.
- 3) Menemui subjek penelitian di lokasi yang sudah ditentukan
- 4) Melakukan wawancara

2. Dokumentasi

Dokumen bisa berupa catatan pribadi, notulen rapat, buku harian, surat pribadi, rekaman video, rekaman kaset, foto dan lain-lain (dalam

Septian, 2016). Dokumentasi dalam penelitian ini berupa pengambilan foto saat wawancara, pengambilan foto Store Marzufa, *screenshot* an insight media sosial Marzufa beladiri dan *screenshot* an percakapan dengan konsumen.

3.6 Teknik Analisis Data

Bogdan menafsirkan dalam Sugiyono (2015) bahwa analisis data yaitu proses pencarian serta penyusunan data yang didapatkan melalui wawancara secara sistematis. Metode ini akan memproses data yang telah dikumpulkan, kemudian mengambil data yang penting serta tidak menggunakan data yang tidak dibutuhkan lalu setelahnya membuat kesimpulan sehingga data yang telah disusun dapat dengan mudah dipahami oleh diri sendiri atau orang lain.

Variasi data yang tinggi merupakan hasil dari data yang dikumpulkan dari berbagai sumber, berbagai prosedur pengumpulan data (triangulasi), serta pengumpulan data yang berkelanjutan dalam penelitian kualitatif. Penulis menerapkan model Miles dan Huberman (1984) pada analisis data lapangan yang memiliki tiga komponen diantaranya:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*), dalam memastikan bahwa data yang direduksi memberikan gambaran yang jelas serta tajam kepada peneliti dan memudahkan pencarian data tambahan jika diperlukan, tahap ini melibatkan pengumpulan data dan pemilihan item-item utama untuk

mencari tema dan pola. Penulis penelitian ini mengumpulkan, menyusun, serta mengkategorikan semua data, termasuk data lapangan dan catatan penelitian. Data tersebut kemudian disusun ke dalam kelompok-kelompok berdasarkan kebutuhan penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*), dalam tahap ini, data dapat ditampilkan menggunakan jaringan, grafik, bagan, dan matriks. Namun menurut Miles dan Huberman, teks naratif ialah format penyajian data yang paling umum digunakan dalam penelitian kualitatif karena lebih mudah dipahami. Data untuk penyajian penelitian ini berasal dari wawancara, yang kemudian didukung oleh hasil dokumentasi dari Toko Marzufa Beladiri. Data ini diperiksa menggunakan hipotesis yang telah ditetapkan untuk menjelaskan tujuan penelitian.
3. Kesimpulan/verifikasi (*Conclusion Drawing/verification*), tahap ini merupakan penarikan kesimpulan serta memverifikasi. Dalam hal ini penulis berusaha memberi gambaran secara utuh terkait objek penelitian berdasarkan data-data yang didapatkan dari subjek penelitian dan perbandingan dokumentasi penelitian, lalu disusun dalam bentuk penyajian data, sehingga temuan dalam penelitian ini dapat dijabarkan berdasarkan analisis menurut sudut pandang penulis.

3.7 Uji Keabsahan Data

Triangulasi didefinisikan sebagai pengecekan data (Sugiyono, 2015). Menurut Machmud (2015) Triangulasi berarti mengecek data yang sudah terkumpul dari hasil lapangan, observasi serta wawancara yang selanjutnya akan dikelola oleh peneliti dengan membandingkan data yang sudah ada. Penulis menggunakan teknik triangulasi sumber dalam memeriksa kebenaran data melalui wawancara serta dokumentasi. Dalam konteks penelitian ini, perolehan data hasil wawancara dari subjek penelitian di deskripsikan kemudian di kategorisasikan sesuai kebutuhan penelitian, kemudian penulis akan membandingkan data tersebut dengan arsip maupun dokumentasi dari Marzufa Beladiri Store untuk menghasilkan kesimpulan.