

BAB III

METODE PENELITIAN

Untuk mendukung langkah sistematis dan penalaran logis dalam suatu penelitian, maka padabagian berikut akan mengulas metode-metode penelitian secara rinci.

3.1. Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi yang melibatkan beberapa prosedur, seperti menggambarkan, mencatat, dan menginterpretasikan makna serta simbol yang terdapat dalam video Tanahmera dan Starbuck di Youtube Channel masing-masing, yang berhubungan dengan *positioning* pada merek dengan persuasi yang tersirat terhadap pandangan merek yang terdapat dalam karakter dan setting yang ditandai dengan penyampaian verbal, non-verbal dan juga makna representasi yang terdapat dari aspek sinema pada video masing masing merek. Tujuan dari penelitian kualitatif tak lain ialah untuk menggambarkan dan mengungkapkan (*to describe and explore*) dan setelahnya menggambarkan dan dan menjelaskan (*to describe and explain*). Sejalan dengan ini peneliti akan menjelaskan dan mendeskripsikan secara umum/ sederhana objek yang diteliti dari hasil penelitian. Pada penelitian ini mengadopsi metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi, yang bertujuan untuk memahami isi pesan suatu media sebagai simbol atau lambang yang merepresentasikan budaya dalam masyarakat (Ida, 2006: 187-188). Adapun pada konteks penelitian ini, analisis isi dilakukan dengan metode kualitatif untuk mengidentifikasi secara rinci pesan/informasi yang berbeda atau pun sama yang

terdapat pada video di akun *channel* Youtube Tanamera coffee indonesia dan akun *channel* youtube Starbucks.

3.2. Tipe dan Dasar Penelitian

Metode kualitatif menjadi dasar penelitian serta dengan menganalisis perbandingan *positioning* dari 2 *brand coffee shop* melalui video profil yang diupload di channel youtube Tanamera coffee indonesia dan Starbucks.

Penelitian ini merupakan penelitian dengan tipe komparatif yang bertujuan membandingkan dua objek. Dalam konteks tipe penelitian komparatif, peneliti akan menguraikan hasil dari penelitian perbandingan *positioning* pada media *video* profil Tanamera coffee Indonesia dan Starbuck pada masing-masing Channel di situs YouTube.

3.3. Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu dan lokasi penelitian perlu secara rinci dicatatkan dalam penyusunan proposal penelitian. Waktu mencakup periode pelaksanaan penelitian yang terkait dengan proses penghimpunan data, sedangkan tempat mencakup identifikasi lokasi spesifik tempat pengumpulan data dilakukan. Waktu penelitian dilaksanakan pada 20 Oktober - 5 November, 2023. penelitian dilakukan pada dalam situs Youtube dengan *Username Channel*: @tanameracoffee9777 dan @starbucks.

3.4. Sumber Data

Sumber data pada penelitian ini terbagi atas dua yaitu objek penelitian sebagai sumber data primer dan literatur sebagai data sekunder . Objek penelitian ialah suatu sumber penting dalam penghimpunan data. peneliti

menjadi kan video dengan judul “*Tanamera Coffee Journey | Let's Take a Peek to Our Coffee Farm in Kintamani, Bali!*” pada akun Youtube @tanameracoffee9777 dan video dengan judul “*Starbucks: First 50 years*” pada akun Youtube @starbucks sebagai objek penelitian.

3.5. Ruang lingkup penelitian

Lingkup peneliti pada penelitian ini berupa keseluruhan isi yang terdapat di video di channel youtube *Tanamerah Indonesia* (coffee shop lokal) yang berjudul “*Tanamera Coffee Journey | Let's Take a Peek to Our Coffee Farm in Kintamani, Bali!*” dan video di Channel youtube *Starbuck* (coffee shop asing) yang berjudul “*Starbucks: The First 50 Years*”. Kategorisasi yang akan peneliti rumuskan memiliki korelasi menitikberatkan pada teks, dialog dan pesan yang berhubungan dengan positioning pada brand *Tanamera* dan *Starbuck*.

3.6. Struktur Kategorisasi

Demi mengukur hasil penelitian analisis isi ini, peneliti menyusun struktur kategori dari objek penelitian yang relevan dengan bagaimana isi yang dikategorikan. sewajarnya penyusunan kategori harusla dilakukan dengan teliti dan tepat. terdapat 3 asas dalam penyusunan struktur kategori. yakni *mutually exclusive, exhustive, dan relliable*.

1. *Mutually exclusive*, bermaksud kategori yang terpartisi satu sama lain, sehingga bisa dibedakan secara jelas bentuk darikategori satu dengan yang lainnya.
2. *Exhaustive*, bermakna lengkap. sehingga rendah kemungkinan yang terlihat.

3. *reliable*, yang haruslah bisa dipahami oleh orang banyak dan mempertahankan konsistensi pada kategori.

Penentuan struktur kategori pada penelitian ini ditentukan berdasarkan dari kategorisasi dalam penereapan positioning, seperti pada table berikut:

Tabel 3.1. Kategorisasi Positioning

subjek positioning	Tanamera	Starbucks
Positioning berdasarkan atribut		
Positioning berdasarkan manfaat		
Positioning berdsarkan penggunaan		
Positioning berdasarkan kualitas		
Positioning berdasarkan kategori produk		

3.7. Instrumen penelitian

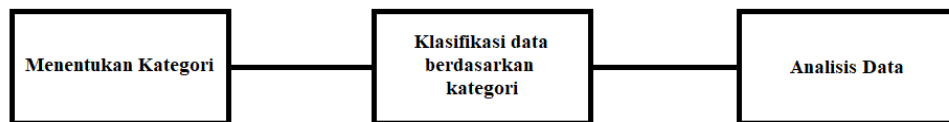
pada pengumpulan data penelitian pentingnya bagi peneliti menentukan instrument penelitian. Sehingga penentuan rancangan instrument penelitian haruslah sesuai dengan tujuan penelitian dan jenis kumpulan data data yang akan dihimpun sesuai dengan asas metodologi yang dipaparkan.

Tabel 3.2. Instrumen Penelitian

Masalah penelitian	Fokus Penelitian	Langkah-langkah
<i>Positioning Video brand</i> Tanamera dan Starbucks dalam Chanel Youtube @tanameracoffee9777 dan @starbucks	Analisa positioning pada video brand tanamera dan starbucks Berupa visual dan teks	Menganalisa visual dan teks setiap scene pada video tanamera dan starbucks
Menentukan kategori jenis penetapan differentiation pada video brand tanamera dan starbucks	Kategori penetapan differentiation yang digunakan tanamera dan starbucks	Mengkaji scene pada video tanamera dan starbucks selama 2 minggu untuk mengidentifikasi kategori differentiation
Perbandingan positioning dari hasil analisis video	Analisa Perbedaan positioning dan pada brand tanamera dan starbucks	Setelah mendapatkan data dari analisis isi video dan kajian strategi positioning, selanjutnya dilakukannya pengamatan untuk menemukan perbandingan positioning dan yang terdapat pada video Brand Tanamera Starbucks di channel youtube @tanameracoffee9

3.8. Teknik Analisis data

Penelitian ini menerapkan 2 cara dalam menghimpun data penelitian. Pertama, melakukan pengamatan atau observasi dengan Langkah-langkah menonton video, mengamati, serta mencatat adegan-adegan yang terdapat pada *video profile* masing-masing *brand* dan yang kedua, melakukan studi atau riset pustaka (*library research*) dengan metode penghimpunan data penguat dari berbagai sumber materi yang sesuai dengan judul penelitian ini seperti: surat kabar, jurnal ilmiah, majalah kredibel dan laman internet yang kompeten. Peneliti menerapkan tiga langkah dalam proses Teknik analisis data



Gambar 3.1.
Teknik Analisis Data

Langkah awal, penentuan kategorisasi akan dipilih peneliti berdasarkan jenis penetapan strategi *positioning* seperti: *positioning* berdasarkan atribut, *positioning* berdasarkan kegunaan/manfaat, *positioning* berdasarkan penggunaan, *positioning* berdasarkan kategori produk dan *positioning* berdasarkan level kualitas. Kedua, peneliti mengklasifikasikan data-data yang telah terkumpul pada kategori-kategori yang telah di tentukan oleh peneliti. Ketiga, yaitu Langkah analisis isi komparasi *positioning* dari data yang telah terkumpulkan berdasarkan kategorisasi pada video di *channel* Youtube *Tanamera coffee Indonesia* yang berjudul “*Tanamera Coffee | Let's Take a Peek to Our Coffee Farm in Kintamani, Bali!*” (coffee shop lokal) dan video di *Channel* youtube *Starbuck* yang berjudul *Starbucks: The First 50 Years* (Coffee Shop asing).

3.9. Uji keabsahan Data

Pentingnya pengujian keabsahan data dalam penelitian tidak dapat diabaikan, apalagi dalam memastikan kesahihan, keandalan, dan tingkat kredibilitas dari data yang telah dikumpulkan. Tingkat keabsahan data tentu membutuhkan uji yang cukup sehingga dapat menekankan kebenaran hasil penelitian dan dapat mengungkap fakta-fakta dari data terkumpul. Adapun uji keabsahan data pada penelitian kualitatif, terintegrasi dalam proses penelitian. Dalam penelitian ini, penggunaan triangulasi menjadi teori yang digunakan sebagai metode untuk menguji keabsahan data. Hasil data yang terhimpun dari video Tanamera dan Starbucks selanjutnya di komparasi sesuai landasar teori yang relevan mengenai *positioning*, sehingga dapat memperkuat argumen peneliti dan menghindari bias individual dalam penarikan kesimpulan.