

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah cara mendasar untuk melihat, memikirkan, dan memahami kompleksitas dan seluk-beluk dunia nyata. Paradigma atau pandangan dunia ini sangat dipengaruhi oleh proses sosialisasi para penganut dan praktisi yang membentuk perspektif mereka tentang apa yang dianggap penting, benar, dan masuk akal. Paradigma tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga secara melekat bersifat normatif, memberikan panduan kepada para praktisi tentang apa yang seharusnya dilakukan tanpa memerlukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang ekstensif (Mulyana, 2003:9).

Dalam konteks penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis merupakan pandangan yang hampir bertolak belakang dengan pendekatan-pendekatan yang menekankan pada observasi dan objektivitas yang ketat dalam upaya menemukan dan memahami realitas atau pengetahuan. Paradigma ini secara mendasar melihat ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap tindakan dan perilaku sosial yang memiliki makna yang melekat, bukan sebagai studi objektif tentang fenomena eksternal.

Paradigma konstruktivis menyatakan bahwa makna dan pemahaman secara aktif dibangun oleh para pelaku sosial yang terlibat, yang menciptakan dan memelihara dunia sosial mereka sendiri melalui interaksi langsung dan terperinci. Hal ini berbeda dengan perspektif yang melihat realitas sosial sebagai entitas eksternal dan objektif yang dapat diamati dan diukur secara independen dari pengalaman subjektif para pelaku yang terlibat di dalamnya.

Dengan mengadopsi paradigma konstruktivis, penelitian ini mengakui bahwa dunia sosial bukanlah entitas yang tetap dan telah ditentukan sebelumnya, melainkan sebuah proses pembuatan makna yang dinamis dan berkelanjutan oleh individu maupun kelompok yang sedang diteliti. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan penuh pengertian tentang tindakan dan interpretasi sosial dari para pelaku yang relevan, bukan untuk mengungkap hukum atau prinsip-prinsip yang bersifat universal dan dapat digeneralisasikan.

Pendekatan paradigmat ini mencerminkan pergeseran mendasar dari penekanan tradisional pada observasi dan objektivitas dalam penelitian sosial, menuju pemahaman yang lebih multitafsir, kontekstual, dan berpartisipasi tentang kompleksitas pengalaman sosial manusia. Pendekatan ini merupakan pengakuan bahwa dunia sosial secara inheren bersifat subjektif, dikonstruksi secara sosial, dan dijiwai oleh perspektif yang unik dan proses pembuatan makna dari mereka yang menghuninya.

3.2 Pendekatan dan Tipe Penelitian

Studi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif sebagai metodologi penelitian utamanya. Pendekatan penelitian kualitatif adalah metode yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan mendeskripsikan berbagai fenomena dalam bentuk kata-kata dan narasi, khususnya yang berkaitan dengan kelompok sasaran seperti masyarakat, dan dengan cara mengamati perilaku dan pengalaman mereka (Moleong, 2003:3).

Seperti yang dikatakan oleh Sukidin dan Basrowi (2002:2), metode penelitian kualitatif dirancang untuk menafsirkan dan memahami berbagai variasi yang ada dalam individu, kelompok, organisasi, dan masyarakat dalam pengalaman hidup mereka sehari-hari. Pendekatan ini berusaha memberikan pemahaman yang komprehensif, rinci, dan mendalam mengenai realitas sosial tersebut, yang kemudian dapat dipertanggungjawabkan dan divalidasi secara ilmiah.

Peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif untuk mengumpulkan data yang kaya dan kontekstual yang dapat menjelaskan bagaimana strategi komunikasi pemasaran terpadu (IMC) diimplementasikan dan dialami oleh *coffee shop* Muraco HQ. Pendekatan kualitatif ini juga memungkinkan peneliti untuk mempelajari secara mendalam nuansa dan kompleksitas dari praktik IMC dalam lingkungan organisasi yang spesifik ini, melampaui pengamatan tingkat dasar atau analisis kuantitatif.

Tujuan peneliti adalah untuk mendapatkan pemahaman yang komprehensif dan interpretatif tentang berbagai faktor, proses, dan perspektif pemangku kepentingan yang membentuk penerapan IMC di *coffee shop* Muraco HQ. Tujuannya adalah untuk mengungkap makna yang mendasari, motivasi, dan dinamika sosial yang memengaruhi upaya komunikasi pemasaran organisasi, bukan hanya mengukur output atau hasilnya.

Mengadopsi pendekatan kualitatif deskriptif mengakui adanya faktor subjektivitas dan ketergantungan konteks yang melekat pada fenomena sosial yang sedang dipelajari. Pilihan metodologis ini mencerminkan keyakinan bahwa kompleksitas perilaku manusia dan praktik organisasi paling baik dipahami melalui analisis kontekstual yang mendalam, dibandingkan dengan penerapan hukum atau prinsip-prinsip yang bersifat universal dan obyektif.

Singkatnya, keputusan peneliti untuk menggunakan desain penelitian deskriptif kualitatif dalam penelitian ini menunjukkan komitmen untuk mengeksplorasi realitas implementasi IMC yang rumit dan memiliki banyak sisi dalam konteks organisasi yang berbeda di *coffee shop* Muraco HQ. Tujuannya adalah untuk menghasilkan wawasan kontekstual yang mendalam yang dapat memajukan pemahaman teoritis dan praktis dalam domain ini.

3.3 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di sebuah kedai kopi yang bernama Muraco HQ, yang terletak di daerah pusat kopi Sudimoro, tepatnya di Jl. Terusan Soekarno Hatta Barat Mojolangu, Kecamatan Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur.

3.4 Sumber Data

Sumber data yang digunakan oleh peneliti terdiri dari dua jenis, yaitu:

1) Data Primer

Data ini diperoleh secara langsung oleh peneliti pada saat melakukan observasi dan wawancara mendalam (*In-Depth Interview*) dengan narasumber.

2) Data Sekunder

Data ini digunakan untuk melengkapi informasi yang diperoleh dari data primer. Data sekunder diperoleh dari studi pustaka, literatur, artikel internet, dan sumber lain yang membahas tentang penerapan komunikasi interpersonal yang relevan dengan penelitian ini.

3.5 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah individu yang memberikan informasi terkait data yang dibutuhkan oleh peneliti. Dalam penelitian kualitatif, pemilihan informan merupakan hal yang sangat penting dan harus dilakukan dengan hati-hati.

Pemilihan informan ini mengikuti kriteria-kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti. Tujuannya adalah untuk memilih informan-informan yang sesuai dengan topik permasalahan yang sedang diteliti oleh peneliti. Berikut adalah kriteria yang telah ditetapkan oleh peneliti:

- a. Terlibat dalam perancangan, perumusan dan evaluasi pemasaran.
- b. Telah bekerja sejak awal berdirinya kafe Muraco HQ sehingga memiliki pemahaman yang baik terhadap proses bisnis dan perkembangannya hingga saat ini.
- c. Memahami permasalahan penelitian yang menjadi focus peneliti.

Informan yang dipilih adalah subjek yang tidak hanya sebagai pelaku, akan tetapi juga memahami seluk beluk permasalahan penelitian yang menjadi focus peneliti. Adapun informan yang ditetapkan karena memiliki kriteria yang dibutuhkan diantaranya:

1. Indra Puspa Ari selaku owner dari Muraco Headquarter Malang
2. Dimas Indrawan selaku Head of Digital Marketing Muraco Headquarter Malang.
3. Azka Iqbal Zulfikar selaku Account Executive Studio InHaus Malang

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian kualitatif ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang melibatkan kata-kata dan tindakan untuk mendapatkan informasi yang diperlukan oleh peneliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi:

1. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi, seperti yang disebutkan dalam Sugiyono (2013:145), metode observasi merupakan suatu proses yang rumit dan beragam yang tersusun dari berbagai unsur biologis dan psikologis. Hadi menekankan bahwa faktor kunci yang penting bagi keberhasilan observasi adalah kemampuan pengamat dalam melihat dan mengamati fenomena yang sedang diteliti, serta kemampuannya untuk mengingat dan mencatat secara akurat peristiwa dan interaksi yang diamati.

Metode observasi, seperti yang dijelaskan dalam penelitian ini, merupakan teknik pengumpulan data yang memungkinkan peneliti untuk melihat dan mencatat secara langsung prosedur strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan ketika berinteraksi dengan minat dan preferensi klien. Dengan menggunakan metodologi observasi ini, peneliti dapat memperoleh

pemahaman langsung dan terperinci mengenai seluk-beluk dan cara kerja dari strategi komunikasi perusahaan, daripada hanya bergantung pada sumber sekunder atau informasi yang dilaporkan sendiri.

Selain itu, kemampuan peneliti untuk mengingat dan mencatat peristiwa dan interaksi yang diamati dengan teliti sangatlah penting, karena hal ini memungkinkan analisis dan interpretasi data yang diperoleh di masa mendatang. Melalui pengamatan yang cermat, peneliti dapat mengungkap pola, tema, dan wawasan tersembunyi yang mungkin tidak mudah terlihat dengan menggunakan metode penelitian lain. Hal ini pada akhirnya mengarah pada pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa tentang strategi komunikasi yang digunakan oleh perusahaan.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode ini untuk secara langsung dan pribadi memahami prosedur strategi komunikasi perusahaan. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif dan kontekstual mengenai isu yang sedang diteliti Menurut Sutrisno Hadi, seperti yang disebutkan dalam karya Sugiyono (2013: 145), metode observasi merupakan suatu prosedur yang rumit dan beragam yang tersusun dari berbagai unsur biologis dan psikologis. Hadi menyoroti bahwa faktor kunci yang penting untuk keberhasilan observasi adalah kemampuan pengamat untuk memperhatikan dan mengamati dengan seksama fenomena yang sedang dipelajari, serta kemampuannya untuk mengingat dan mencatat dengan tepat peristiwa dan interaksi yang diamati.

2. Wawancara

Sugiyono (2010) menyatakan bahwa teknik wawancara merupakan metode yang penting untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Wawancara memiliki dua tujuan utama: untuk mengidentifikasi masalah atau fenomena spesifik yang diteliti, dan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa tentang masalah tersebut dari sudut pandang partisipan penelitian, atau responden. Wawancara sangat penting dalam studi penelitian saat ini karena memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan data primer secara langsung dari responden. Data ini memberikan tanggapan dan wawasan langsung berdasarkan pengetahuan dan pengalaman responden yang relevan dengan topik penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan metode wawancara semi-terstruktur, yang memungkinkan penyelidikan yang terarah pada isu-isu utama dan tema-tema yang berkaitan dengan tujuan penelitian. Berbeda dengan metode wawancara yang terorganisir secara tegas, teknik semi-terstruktur memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi topik-topik tertentu yang menarik secara lebih mendalam, namun tetap mempertahankan penekanan tematik yang jelas untuk pembicaraan. Dengan melakukan wawancara ini secara langsung, peneliti dapat berinteraksi secara langsung dengan responden, mengajukan pertanyaan-pertanyaan spesifik yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi yang rinci dan komprehensif terkait topik penelitian.

Tujuan utama dari penggunaan pendekatan wawancara dalam penelitian ini adalah untuk memudahkan peneliti dalam memperoleh pemahaman yang lebih menyeluruh dan mendalam mengenai implementasi strategi *Integrated Marketing Communication* (IMC) di dalam perusahaan Muraco HQ. Melalui prosedur wawancara, peneliti dapat menggali pengetahuan, pengalaman, dan sudut pandang responden secara langsung mengenai implementasi konsep dan teknik IMC yang sebenarnya dalam strategi pemasaran dan komunikasi perusahaan. Keterlibatan langsung dengan partisipan penelitian diharapkan dapat menghasilkan wawasan yang berguna yang mungkin tidak mudah diperoleh melalui cara pengumpulan data lainnya, seperti survei atau sumber sekunder.

Peneliti bermaksud untuk menumbuhkan atmosfer percakapan yang terbuka dan jujur dengan para responden dengan menggunakan metode wawancara semi-terstruktur dan tatap muka. Dengan demikian, hal ini memungkinkan peneliti untuk meneliti hal-hal yang rumit dan beragam mengenai implementasi IMC. Metode ini juga memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menggali lebih dalam topik-topik tertentu yang secara alamiah muncul selama wawancara. Data wawancara yang diperoleh pada tahap ini akan sangat penting bagi peneliti untuk memeriksa dan memahami secara menyeluruh praktik-praktik IMC di kantor pusat Muraco.

3. Dokumentasi

Selain dari teknik wawancara, peneliti juga mengumpulkan referensi dari sumber-sumber utama seperti internet, jurnal, skripsi,

dan lain sebagainya. Pengumpulan data dari sumber-sumber ini disebut sebagai teknik dokumentasi, yang digunakan untuk melengkapi data yang telah diperoleh melalui teknik wawancara (Machmud, 2018:60).

3.7 Teknik Analisis Data

Sebagaimana yang dinyatakan oleh Bogdan, sebagaimana dirujuk dalam Sugiyono (2013:244), analisis data mengacu pada eksplorasi metodis dan penyusunan data yang dikumpulkan dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber-sumber lain. Tujuan dari prosedur ini adalah untuk memudahkan pemahaman dan menyampaikan temuan kepada orang lain secara efektif. Analisis data kualitatif digunakan pada saat data empiris yang dikumpulkan terdiri dari informasi kualitatif yang dinyatakan dengan kata-kata dan bukan nilai numerik dan tidak dapat dikelompokkan secara sistematis ke dalam kategori atau kelas. Data yang dikumpulkan adalah data yang diperoleh melalui berbagai metode, termasuk observasi, wawancara, dokumentasi, atau rekaman. Dalam penelitian ini, peneliti menentukan untuk menggunakan metode observasi dan wawancara.

Miles dan Huberman (1992:16) mendefinisikan analisis data sebagai suatu proses yang melibatkan tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan; reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Ketiga kegiatan ini saling terkait dan membentuk siklus dalam proses analisis. Aktivitas ini terjadi sebelum, selama dan setelah pengumpulan data dan berkontribusi pada pengembangan pengetahuan yang lengkap yang dikenal sebagai analisis (Ulber Silalahi, 2009:339). Banyak teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian:

a. Reduksi Data

Reduksi data mengacu pada proses pengurangan jumlah data dengan menghilangkan informasi yang tidak perlu atau berlebihan. Reduksi data sendiri melibatkan proses pemilihan, penyederhanaan, peringkasan, dan transformasi data yang belum diolah yang diperoleh dari observasi lapangan. Reduksi data juga merupakan bagian dari proses menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya dapat ditarik dan diverifikasi dalam laporan akhir.

b. Visualisasi Data

Visualisasi data dilakukan setelah proses seleksi data selesai dilakukan. Data yang diperoleh dari wawancara diperiksa dan dibuat dalam bentuk catatan wawancara. Catatan tersebut

diberi kode untuk mensistematisasi data, mempercepat analisis, dan mengambil informasi.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap akhir, kesimpulan diambil dengan menganalisis data yang terkumpul untuk mendapatkan maknanya. Peneliti mendokumentasikan pola-pola, penjelasan, pengaturan yang mungkin, alur sebab-akibat, dan pernyataan-pernyataan yang berasal dari data. Kesimpulan yang belum jelas diuraikan dan diverifikasi.

3.8 Uji Keabsahan Data

Metode triangulasi merupakan upaya untuk mengamati atau memverifikasi data yang telah terorganisir dalam sebuah penelitian dengan tujuan untuk mendapatkan data yang lebih konkret. Dalam konteks ini, peneliti melakukan pengecekan terhadap data yang sudah ada, baik dalam bentuk dokumentasi maupun melalui wawancara. Teknik triangulasi sumber data melibatkan perbandingan dan verifikasi data dengan menggunakan standar kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh dari waktu yang berbeda dan metode kualitatif yang berbeda. Tujuannya adalah untuk memastikan keakuratan dan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian.

Triangulasi sumber data melibatkan pencarian kebenaran informasi melalui metode yang berbeda dan sumber data yang berbeda. Proses triangulasi ini merupakan langkah untuk memverifikasi data dengan menggunakan unsur di luar data sebagai tahap verifikasi dan pengujian yang berfungsi sebagai pembanding data. Tujuan dilaksanakannya triangulasi sumber data adalah untuk meyakinkan peneliti bahwa data yang diperoleh dapat memberikan wawasan baru dan memiliki keabsahan sebagai temuan penelitian. Dalam penelitian ini, verifikasi data dilakukan melalui berbagai metode seperti wawancara, observasi, dokumentasi foto, penelitian arsip, dokumen tertulis, catatan resmi, dan analisis historis. Penggunaan pendekatan yang berbeda ini diharapkan dapat menghasilkan data yang beragam, dan perbedaan-perbedaan di antara data tersebut dianggap sebagai sumber untuk menstimulasi pemahaman baru terhadap fenomena yang diteliti (Muslimin, 2018).