

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancari langsung pemilik Kedai Kopi Lima Detik yang terletak di Jl Kemang Raya No.89. Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari 2023 hingga Juli 2023.

#### **3.2 Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Bertujuan untuk mencari, menganalisis, dan mengelola dari peristiwa langsung di lapangan dengan memahami interaksi sosial dengan metode wawancara dan observasi.

Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan analisis yang bersifat kualitatif serta menekankan pada makna. Metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau objek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi manusia secara individu maupun berkelompok (Sugiyono, 2018: 213).

Alasan utama penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian kualitatif untuk mengetahui implementasi komunikasi pemasaran Kopi Lima Detik dalam membangun *brand image*, dan untuk mencapai tujuan tersebut maka penelitian kualitatif yang cocok digunakan dalam penelitian ini. Hal tersebut dikarenakan dengan menggunakan penelitian kualitatif, peneliti dapat melakukan observasi data secara mendalam dan turun langsung ke lapangan untuk mengetahui fakta-fakta yang ada.

### 3.3 Metode Penelitian

Metode Penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian adalah salah satu cara yang digunakan dalam melakukan proses penelitian dimulai dari proses pengambilan data hingga menganalisa data sampai pada mendapatkan hasil. Proses yang dilakukan dalam mendapatkan data yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif. Sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dituju, maka metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang berupa kata-kata, gambaran, dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

### 3.4 Operasionalisasi Konsep

Mengacu pada kerangka konsep penelitian, maka perlu dibuat operasionalisasi konsep yang bertujuan untuk mempermudah dalam mengetahui bagaimana Implementasi Komunikasi Pemasaran Kopi Lima Detik dalam membangun *Brand Image*.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

No	Konsep	Dimensi	Aspek yang Digali
1	Implementasi Komunikasi Pemasaran (Kotler dan Amstrong, 2020: 434)	1. <i>Advertising</i>	a. Tujuan Iklan b. Anggaran Iklan c. Strategi Periklanan d. Efektifitas Periklanan
		2. <i>Sales Promotion</i>	a. Promosi Pelanggan b. Promosi Perdagangan c. Promosi Bisnis
		3. <i>Personal Selling</i>	a. Prospeksi dan Kualifikasi b. Pra Pendekatan c. Pendekatan d. Presentasi dan Demonstrasi e. Menangani Masalah f. Penutupan
		4. <i>Public Relations</i>	a. <i>Product and Brand</i> b. <i>Publicity</i> c. <i>Public Affairs</i> d. <i>Lobbying</i>

No	Konsep	Dimensi	Aspek yang Digali
			e. <i>Investor Relations Development</i>
		5. <i>Direct and Digital Marketing</i>	a. Pemasaran Internet dan Era Digital b. Pemasaran Online c. Pemasaran Media Sosial
2	<i>Brand Image</i> (Keller dan Swaminathan, 2020: 235)	1. Keunggulan	a. Lokasi Usaha b. Teknik Pemasaran
		2. Kekuatan	a. <i>Brand Attributes</i> b. <i>Brand Benefit</i>
		3. Keunikan	a. Perbedaan dengan <i>brand lain</i> b. <i>Sustainable</i>

### 3.5 Teknik Penentuan Informan

Karena penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang hasilnya menekankan pada makna bukan pada generalisasi. Sample digunakan untuk mendapatkan data untuk menjawab masalah penelitian sebagai tujuan penelitian. Dalam menentukan siapa yang akan menjadi informan atau narasumber kunci untuk penelitian ini diterapkan teknik pemilihan informan *purposive*. Teknik ini dipilih karena informan atau narasumber kunci untuk penelitian adalah pihak yang mengetahui segala aspek yang berkaitan dengan fokus penelitian, sehingga perlu ditetapkan secara khusus tidak bisa sembarang memilih informan.

Berdasarkan dengan pendekatan penelitian yang digunakan seperti yang sudah dijabarkan, maka memerlukan sumber-sumber yang akan menjadi informan dalam penelitian ini, informan yang nantinya akan memberikan data terkait dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini berdasarkan pengalaman dan kemampuan masing-masing.

Informan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

1. Dewi Novitasari selaku *Manager Marketing Communication* Kopi Lima Detik menjadi informan kunci atau *key informan* karena beliau yang bertanggung jawab dalam kegiatan Implementasi komunikasi pemasaran dalam membangun *Brand Image*. Melalui beliau peneliti mendapatkan

akses terhadap sumber yang diperlukan serta saran mengenai bukti-bukti pendukung dalam penelitian ini.

2. Audi Riri Mestika selaku *Owner* Kopi Lima Detik. Beliau dipilih sebagai informan karena dianggap memiliki sumber data yang sangat berguna untuk penelitian ini. Dalam implementasi strategi komunikasi pemasaran beliau bertugas memberikan keputusan terhadap jalannya kegiatan tersebut.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Tujuan dari penelitian adalah untuk memperoleh data maka metode pengumpulan data merupakan langkah yang paling vital dalam suatu penelitian. Peneliti yang melakukan penelitian tidak akan mendapatkan data yang diinginkan jika tidak mengetahui metode dalam pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2018: 224) pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara.

#### **1. Wawancara**

Merupakan alat pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang diperoleh sebelumnya. Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam. Wawancara mendalam adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, dimana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama.

#### **2. Dokumentasi**

Dokumentasi merupakan pengumpulan dokumen dan data-data yang diperlukan dalam permasalahan penelitian yang kemudian ditelaah secara intens sehingga dapat mendukung dan menambah banyak kepercayaan dan pembuktian suatu kejadian.” Dokumentasi adalah instrument pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. tujuannya untuk mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan

interpertasi data. Dokumentasi adalah teknik terakhir dalam pengumpulan data sekunder yang bersifat tercetak (*printed*) yang bertujuan untuk melengkapi data-data tambahan penelitian, seperti foto-foto kegiatan yang berkaitan dengan penelitian.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2018:244).

#### 1. Reduksi Data

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran lebih jelas dan mempermudah penelitian untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

#### 2. Penyajian Data

Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori. Menurut Miles dan Huberman yang paling penting digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks bersifat naratif.

#### 3. Menarik Kesimpulan

Langkah ketiga dalam mengalisa data kualitatif menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya.

### 3.8 Uji Keabsahan Data

Dalam memperoleh informasi yang dapat diandalkan, penting untuk benar-benar melihat keabsahan informasi tersebut. Strategi legitimasi informasi yang digunakan oleh penelitian ini yaitu Triangulasi Sumber. Prosedur Triangulasi sumber diselesaikan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari wawancara antara saksi pemeriksaan dengan sumber eksplorasi lainnya.

Triangulasi sumber artinya melihat dan memverifikasi kembali tingkat keterandalan data yang diperoleh melalui berbagai kesempatan dan instrumen dalam eksplorasi subjektif, hal ini dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Membandingkan informasi pengamatan dan informasi wawancara
2. Membandingkan data informan dengan informasi lain
3. Melihat keadaan dan sudut pandang seseorang dengan memberikan wawasan dan perspektif pada orang lain
4. Membandingkan efek setelah wawancara dan substansi laporan yang diidentifikasi dengan publikasi di media sosial.

Dengan demikian, maka peneliti akan melakukan wawancara dengan pihak pelanggan Kopi Lima Detik dan pihak yang mengerti mengenai implementasi komunikasi pemasaran.

Tabel 3.2 Informan untuk Triangulator

No	Nama Informan	Pekerjaan	Alasan Dipilih Menjadi Informan
1	Rizki Neo	Pegawai Swasta	Telah berlangganan Kopi Lima Detik terhitung sejak tahun 2020
2	Dr. Puri Kusuma Dwi Putri, S.I.Kom, M.I.Kom	Dosen Komunikasi Pemasaran Universitas Dian Nuswantoro	Memiliki pengalaman serta menjadi tenaga pengajar Ilmu Komunikasi
3	Stefanie Wijono	Deputy Marketing and PR Director of Union Group	Memiliki pengalaman sebagai praktisi komunikasi pemasaran