

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Objek dan Waktu Penelitian

Pada penelitian kali ini yang menjadi objek penelitian adalah, PT GS Battery Kawasan Surya Cipta Swadaya. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari hingga Maret 2024.

3.2. Metode Penelitian

Pada penelitian kali ini, digunakan metode kualitatif deskriptif dalam menggambarkan objek penelitian secara sistematis, faktual, dan cermat. Dalam metode ini juga, peneliti meneliti objek tidak diukur dengan data angka, melainkan dideskripsikan melalui sebuah analisis data.

Menurut Sugiyono (2019:18) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi.

Menurut Nazir (2014:43) metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

Dari penjelasan di atas, maka pada laporan hasil penelitian ini akan banyak berisi data berupa naskah wawancara, kutipan hasil wawancara, catatan hasil observasi lapangan, foto, dan tangkapan layar dari video. Data diatas dimaksudkan agar bisa memberikan gambaran dari laporan penelitian tersebut melalui analisis data yang dilakukan.

Metode ini dilakukan sesuai dengan kondisi yang sebenarnya dari objek penelitian tanpa memberikan pengaruh kepada informan, agar peneliti mendapatkan data yang sesuai dengan apa yang ada di lapangan.

3.3. Deskripsi Konsep

Tabel 3.1 Tabel Deskripsi Konsep

Konsep	Deskripsi	Aspek yang digali
<i>Brand identity</i> Kotler & Pfoertsch (2008:12)	Nama Brand	1. Akronium Inisial 2. Nama Deskriptif
	Logo	1. Tampilan Visual 2. Citra Logo Merek
	Slogan (<i>Tagline</i>)	1. Makna slogan 2. Tujuan slogan
	Kisah Merek	1. Sejarah Merek
Brand Equity Aaker dalam Fandy Tjiptono (2008:9)	Loyalitas Merek (<i>Brand Loyalty</i>)	1. Kesetiaan pelanggan 2. Kepuasan pelanggan
	Kesadaran Merek (<i>Brand Awareness</i>)	1. Brand Recognition 2. Brand Top of Mind
	Kesan Kualitas (<i>Perceived Quality</i>)	1. Alasan membeli 2. Diferensiasi merek
	Asosiasi Merek (<i>Brand Association</i>)	1. Membantu proses informasi

3.4. Teknik Penentuan Informan

Pada penelitian kali ini dalam memilih informan untuk mengumpulkan data, informan tidak harus selalu mewakili seluruh objek penelitian, yang menjadi faktor utama dalam pemilihan informan pada penelitian ini adalah informan harus memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjelaskan keadaan yang sebenarnya dari objek penelitian. Selain itu pemilihan informan sebagai sumber data untuk penelitian ini harus merupakan subjek yang menguasai permasalahan yang ada dan tentunya juga bersedia untuk memberikan informasi yang akurat mengenai objek penelitian. Subjek yang

memenuhi syarat yang sudah dijelaskan di atas akan dijadikan *key informan*.

Tabel 3.1 Key Informan

No	Nama	Jabatan	Alasan dipilih menjadi Key Informan
1.	Hendro. S	Direktur Departemen Produksi PT GS Battery	Salah satu pihak dari PT GS Battery yang menjadi penuntut hukum terkait <i>brand Garuda Sakti</i> yang menirukan <i>brand identity GS Astra</i>

Dalam penelitian ini yang akan menjadi informan untuk diwawancarai adalah team dari *Divisi Marketing* PT GS Battery. Pemilihan informan ini berkaitan dengan aktivitas team tersebut yang menjabat sebagai Kepala Departemen *Marketing* dan *Marketing Operator* . Dengan pemilihan *key informan* yang mengetahui langsung kondisi lapangan berikut permasalahannya diharapkan dapat membantu penelitian ini untuk mendapatkan data yang akurat.

Tabel 3.2 Informan

No	Nama	Jabatan	Alasan dipilih menjadi informan
1	Sigit Wibisono	Kepala Departemen <i>Marketing</i>	Orang yang mengawasi pengelolaan brand identity GS Astra untuk memastikan masyarakat <i>aware</i> dengan <i>brand identity GS Astra</i>
2	Bambang S.P Noegroho	<i>Marketing operator</i>	Karena beliau yang membantu eksekusi kampanye pemasaran yang telah direncanakan

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang akan digunakan adalah wawancara dan dokumentasi. Sesuai dengan metode penelitian yang

digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif.

1. Wawancara

Dalam mengumpulkan data pendekatan kualitatif, yakni wawancara mendalam digunakan untuk mengeksplorasi pengaruh *brand identity* aki merek aki GS Astra dalam mempertahankan *brand equity*. Penelitian terdahulu mengenai *brand identity* dan *brand equity* telah menggunakan metode kuantitatif seperti eksperimen dengan tujuan untuk menunjukkan hubungan sebab akibat yang dapat diukur dan dikuantifikasikan antara *brand identity* dan *brand equity* (Kotler dan Pfoersch, 2008 : 12; Aaker dalam Tjiptono, 2008 : 9).

Menurut Esterberg dalam Sugiyono (2015:72) wawancara adalah pertemuan yang dilakukan oleh dua orang untuk bertukar informasi maupun suatu ide dengan cara tanya jawab, sehingga dapat dikerucutkan menjadi sebuah kesimpulan atau makna dalam topik tertentu.

Meskipun demikian, penelitian yang diuraikan dalam makalah ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memperoleh data yang lebih kaya dan lebih terinci mengenai *brand identity* dalam mempertahankan *brand equity*. Wawancara dilakukan di coffee shop La Madre Galuh Mas Karawang. Sedangkan wawancara dengan triangulator dilakukan secara virtual melalui aplikasi zoom meeting dan berlangsung antara 40 menit hingga satu jam.

Daftar pertanyaan dalam wawancara bertujuan untuk meliputi pertanyaan penelitian utama, namun subjek penelitian juga tampaknya begitu antusias membicarakan topik-topik tersebut. Wawancara kemudian direkam dan ditranskripsikan. Transkrip-transkrip individu ini kemudian dibaca beberapa kali, dan data nya kemudian diorganisasikan pertamanya ke dalam bidang yang luas sesuai dengan pertanyaan utama yang dibuat. Secara bertahap, dengan membaca data berulang-ulang, topik-topik khusus kemudian muncul dan setiap topik dalam bidang ini kemudian diberi kode. Transkrip-transkrip dengan alinea-alinea yang diberi kode ini kemudian diteliti lagi kemudian tema-tema yang lebih besar diidentifikasi.

Frase-frase yang dikode ini kemudian ditempatkan di bawah setiap tema ini. Tema-tema dan alinea-alinea ini kemudian dipertimbangkan berdasarkan konteksnya dalam keseluruhan tulisan ini untuk menggali informasi dari setiap informan mengenai topik.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa proses wawancara merupakan sebuah proses pertukaran informasi, yang dalam penelitian ini tentunya informasi yang didapat dari narasumber diharapkan mampu membantu penelitian ini untuk meninjau kembali *brand identity* aki merek GS Astra dalam mempertahankan *brand equity*.

2. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan kegiatan penyimpanan, pengumpulan data, atau dokumen yang bertujuan untuk menunjang kegiatan penelitian. Dokumentasi dapat dilakukan dengan pengambilan gambar atau foto dari objek penelitian, pengambilan tulisan atau artikel yang dimuat di media masa atau sosial media, serta pengambilan rekaman audio.

Dengan adanya dokumentasi ini tentunya akan membantu memperkuat data yang didapat dari proses wawancara dengan narasumber dan diharapkan akan memperlancar proses penelitian.

3.6. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2014).

Setelah proses pengumpulan data dilakukan, peneliti akan melakukan analisis terhadap data yang terkumpul. Dalam proses menganalisis data tentunya digunakan teknik analisis dengan tujuan, agar data yang di analisa dapat memberikan hasil yang akurat dan dapat bermanfaat bagi penelitian

yang dilaksanakan, terutama untuk memecahkan permasalahan yang diangkat dalam sebuah penelitian. Dalam penelitian ini maka analisis akan berfokus pada hasil dari wawancara berupa kalimat, statement, dan data dokumentasi lainnya. Berikut adalah tahap analisis data.

1. Reduksi Data

Proses reduksi data adalah sebuah proses penyuntingan data, seperti pemilihan kalimat, perubahan kata-kata kasar yang muncul ketika dilakukannya kegiatan pengumpulan data dengan cara wawancara atau penulisan catatan yang diperoleh dari kegiatan dokumentasi. Dalam kegiatan wawancara atau dokumentasi, banyak informasi yang didapatkan. Kegiatan reduksi data diperlukan karena tidak semua informasi yang didapat mampu menunjang kegiatan penelitian yang dilaksanakan.

Menurut Sugiyono (2010: 338). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.

2. Penyajian Data

Penyajian data adalah sebuah kegiatan dimana data yang sudah di peroleh dan diseleksi atau disunting, disusun atau disajikan secara jelas juga sistematis agar mudah untuk dimengerti dan dipelajari, sehingga mudah dalam pengambilan kesimpulan dalam sebuah penelitian.

Sebuah data yang disajikan dengan jelas dan sistematis dapat mempermudah peneliti untuk melakukan sebuah analisa terhadap suatu permasalahan yang datanya sudah dikumpulkan. Selain itu pada tahap ini peneliti secara tidak langsung juga melakukan kegiatan reduksi data.

Penyajian data yang dilakukan pada penelitian ini disesuaikan dengan metode penelitian, yaitu kualitatif. Menurut Amailes dan Huberman (Sugiyono, 2010: 341) yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks dan naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahap berikutnya adalah penarikan kesimpulan. Penarikan kesimpulan dilakukan berdasarkan data yang sudah terverifikasi. Pada tahap ini peneliti akan melakukan sebuah analisa dari data yang berhasil dikumpulkan. Setelah berhasil menganalisa maka akan ditarik sebuah kesimpulan. Kesimpulan tersebut akan diverifikasi dan diuji validitasnya. Apabila kesimpulan sudah terbukti valid dan kuat maka bisa disimpulkan kesimpulan tersebut kredibel dan kuat untuk dijadikan acuan untuk penelitian.

3.7. Uji Keabsahan Data

Untuk menghindari kesalahan dari data yang telah dikumpulkan selama penelitian, dan agar data yang sudah diambil mampu dipertanggungjawabkan maka butuh dilakukannya pemeriksaan keabsahan data. Teknik yang digunakan untuk menguji keabsahan dari data yang telah dikumpulkan selama penelitian yaitu teknik triangulasi data.

Menurut Wiliam Wiersma (Sugiyono, 2016) Triangulasi data diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu.

Analisis triangulasi data adalah sebuah proses kegiatan pengecekan data melalui sumber-sumber lain untuk dibandingkan dengan data yang ada. Proses ini dilakukan untuk membuktikan kebenaran dari sebuah data secara empiris.

Membandingkan tingkat kepercayaan suatu informasi dari sumber yang berbeda. Contohnya, membandingkan informasi yang diberikan oleh narasumber dari proses wawancara dengan informasi yang di dapat dari wawancara namun bersumber dari narasumber umum.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang bersumber dari hasil wawancara dengan *key informan* yang sudah ditentukan. Data yang sudah didapat dari hasil wawancara dengan *key informan* akan ditinjau kembali dengan data dari hasil wawancara dengan narasumber dari *Divisi*

Marketing PT GS Battery. Serta didukung dengan melakukan pengamatan terhadap *brand identity* aki merek GS ASTRA dalam mempertahankan *brand equity*, untuk melihat bagaimana *brand identity* Aki merek GS Astra dalam mempertahankan *brand equity* dari *brand* tersebut. Dalam penelitian ini melibatkan satu narasumber yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.3 Narasumber Triangulasi

No.	Nama	Jabatan	Alasan dipilih menjadi triangulator
1.	Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par	Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara	Akademisi kepakaran <i>branding</i> dan sudah membuat penelitian dengan judul Komunikasi Pemasaran sebagai Upaya Rebuilding Image Pizza Hut Restoran di Masa Pandemi Covid-19
2.	Subiakto Priosoedarsono	Founder Bisa Bikin Brand (BBB)	Praktisi <i>branding</i> lebih dari 50 tahun