

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan mewawancari langsung pemilik *Serona Coffee* Bintaro yang terletak di *Emerald Club House*, Jalan Jombang Raya, Pondok Pucung, Kecamatan Pondok Aren, Kota Tangerang Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Februari hingga Agustus 2024.

B. Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu 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 suatu aktivitas sosial, sikap dan persepsi manusia secara individu maupun berkelompok (Sugiyono, 2018:213).

Alasan utama penelitian dilakukan dengan pendekatan penelitian kualitatif untuk mengetahui *brand communication* *Serona Coffee* Bintaro dalam membangun *brand awareness*, dan untuk mencapai tujuan tersebut maka penelitian kualitatif yang cocok digunakan dalam penelitian ini. Dengan begitu penelitian kualitatif dapat dilakukan observasi data secara mendalam dan turun langsung ke lapangan untuk mengetahui fakta-fakta yang ada pada tempat penelitian.

C. Metode Penelitian

Metode Penelitian dalam penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian adalah salah satu cara yang digunakan dalam melakukan proses penelitian dimulai dengan proses

pengambilan data hingga menganalisa data sampai dengan 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 jenis deskriptif. Metode jenis deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang berupa kata-kata, gambaran, dan bukan angka-angka. Dengan begitu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti.

D. Deskripsi Konsep

Mengacu pada kerangka konsep penelitian, maka diperlukan operasionalisasi konsep yang bertujuan untuk mempermudah dalam mengetahui bagaimana *Brand Communication* Serona *Coffee* Bintaro dalam membangun *Brand Awareness*.

Tabel 3. 1 Deskripsi Konsep

No.	Konsep	Dimensi	Aspek yang Digali
1.	<i>Brand Communication</i> (Gelder dalam Laksono 2023:99-94)	1. <i>Brand Visualization</i>	1. Logo 2. Kemasan
		2. <i>Brand Activation</i>	1. <i>Direct Marketing</i> 2. <i>Social Media Activation</i> 3. <i>Promotions Activation</i> 4. <i>Marketing Event Activation</i> 5. <i>Sponsorship Activation</i>
2.	<i>Brand Awareness</i> (Priansa, 2017: 255-256)	1. <i>Top of mind</i>	Suatu merek menempati paling atas atau dominan dalam benak konsumen.
		2. <i>Brand recall</i>	Konsumen dapat mengingat merek tanpa diberi bantuan.
		3. <i>Brand recognition</i>	Konsumen dapat mengingat merek dengan diberi bantuan petunjuk.
		4. <i>Unware brand</i>	Konsumen tidak menyadari adanya merek.

E. Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang hasilnya menekankan pada suatu makna bukan pada generalisasi. Sample digunakan untuk mendapatkan data yang diharapkan menjawab masalah pada penelitian sebagai tujuan penelitian. Dalam menentukan siapa yang akan menjadi informan atau narasumber kunci untuk penelitian ini diterapkan teknik pemilihan informan *purposive*.

Dalam menentukan teknik untuk memilih informan atau narasumber kunci dalam penelitian, penting untuk memperhatikan bahwa mereka harus memiliki pemahaman mendalam tentang semua aspek yang relevan dengan fokus penelitian. Memilih informan yang benar sangat mempengaruhi validitas dan keberhasilan penelitian secara keseluruhan.

Berdasarkan dengan pendekatan penelitian yang digunakan seperti yang sudah diuraikan, maka memerlukan sumber-sumber yang akan menjadi informan kunci dalam penelitian ini, informan kunci atau *key informan* yang nantinya akan memberikan data terkait dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini berdasarkan pengalaman dan kemampuannya masing-masing. Informan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah:

1. Nanda Azka Mulia selaku *Owner Serona Coffee* Bintaro menjadi informan kunci atau *key informan* karena dalam *brand communication* beliau bertugas memberikan keputusan terhadap jalannya kegiatan tersebut. Melalui beliau peneliti mendapatkan akses terhadap sumber yang diperlukan serta saran mengenai bukti-bukti pendukung dalam penelitian ini.
2. Egan A Rinday selaku *marketing communication* beliau dipilih sebagai informan karena beliau yang bertanggung jawab dalam *Brand Communication* dalam membangun *Brand Awareness* serta memiliki sumber data yang sangat berguna untuk penelitian ini.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data sangat penting untuk mengumpulkan informasi yang relevan untuk penyelidikan ilmiah. Berikut ini adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian, sebagai berikut:

1. Observasi

Pengamatan adalah dasar dari semua ilmu pengetahuan. Hanya informasi yang diperoleh melalui pengamatan langsung terhadap dunia, atau "data", yang dapat berfungsi sebagai dasar penyelidikan ilmiah Nasution dalam (Sugiyono, 2016:226).

2. Wawancara

Teknik wawancara yang digunakan dalam penelitian kualitatif adalah wawancara mendalam, Menurut Esterberg dalam (Sugiyono, 2016:233) wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Wawancara dilakukan menggunakan alat perekam digital yang nantinya disajikan dalam bentuk tulisan, teknik pengumpulan data ini bertujuan untuk memperoleh data serta informasi yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya.

3. Dokumentasi

Dokumentasi sebuah catatan peristiwa yang sudah berlalu, perlengkapan serta penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif. Dokumentasi bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya-karya monumental dan seseorang. Adapun tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, sedangkan dokumentasi yang berbentuk gambar misalnya gambar, foto, sketsa (Sugiyono, 2016:240)

G. 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, 2018:224).

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 menganalisa 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.

H. Uji Keabsahan Data

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, prosedur triangulasi sumber diselesaikan dengan membandingkan informasi yang diperoleh dari

wawancara antara saksi pemeriksaan dengan sumber eksplorasi lainnya. Triangulasi sumber untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Sebagai contoh, untuk menguji keabsahan data tentang *brand communication* Serona Coffee Bintaro, maka pengumpulan dan pengujian data yang diperoleh dapat dilakukan kepada konsumen Serona *Coffee* Bintaro dan *marketing communication* yang memahami tentang *brand communication* dan *brand awareness*. Data dari sumber tersebut tidak bisa diratakan seperti dalam penelitian dengan pendekatan kuantitatif, akan tetapi di deskripsikan, dikategorisasikan, mana pendapat yang sama, yang berbeda, dan mana yang spesifik dari sumber data tersebut.

Dalam (Sugiyono, 2016:274), triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang telah dianalisis oleh peneliti menghasilkan suatu kesimpulan, selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan sumber data.

Dalam penelitian ini memilih 2 narasumber untuk menguji keabsahan data, yaitu Annisa Aristawidya sebagai konsumen Serona Coffee Bintaro dan Mochammad Rizky Ananda sebagai PR & *Cust Complain Handling Sect Head* PT. Jasaraharja Putera.:

Tabel 3. 2

Informan Triangulasi

No.	Nama Informan	Pekerjaan	Alasan dipilih Menjadi Informan
1.	Annisa Aristawidya	Belum Bekerja	Konsumen Serona <i>Coffee</i> Bintaro
2.	Mochammad Rizky Ananda	PR & <i>Cust Complain Handling Sect Head</i> PT. Jasaraharja Putera	Memiliki pengalaman sebagai praktisi <i>brand communication</i> .