

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis dan tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan detail tentang subjek penelitian melalui wawancara langsung dengan narasumber (Harahap, 2020). Creswell (2008) menggambarkannya sebagai metode untuk memahami gejala sentral. Peneliti mengajukan pertanyaan yang luas dan umum kepada subjek penelitian untuk memahami gejala sentral. Informasi yang diberikan oleh partisipan kemudian dikumpulkan, biasanya berupa kata atau teks. Data yang berupa teks kemudian dianalisis, dan hasilnya dapat berupa gambar atau deskripsi, atau tema-tema. Tujuan dari analisis ini adalah untuk menemukan arti yang paling mendalam dari data. Metode kualitatif memperlakukan peserta sebagai subjek bukan objek. Partisipan menemukan dirinya berharga di sini karena informasinya bermanfaat. Penelitian ini memungkinkan partisipasi. Mereka terhindar dari pengobjektifkasion karena peneliti hanya menjawab pertanyaan yang sudah disiapkan dan memilih jawaban yang sudah tersedia (Raco, 2018).

Peneliti juga berupaya memberikan pernyataan yang rinci dan mendalam untuk menggambarkan fenomena yang diamati. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang fokus pada deskripsi dan interpretasi data, serta memperoleh pemahaman yang kaya tentang konteks yang sedang diteliti yaitu strategi komunikasi pemasaran digital media lampung post dalam keberagaman informasi.

Selain itu mengapa peneliti memilih metode kualitatif adalah untuk mendapatkan jawaban langsung secara detail dan mendalam dari para narasumber yang ahli dibidangnya dan mengetahui berbagai proses perkembangan sesuai dengan apa yang ingin didapatkan oleh peneliti.

3.2 Waktu dan Lokasi Penelitian

Waktu penelitian ini yaitu selama 2 (dua) bulan mulai dari bulan Agustus sampai September 2023. Lokasi penelitian dilaksanakan di kantor media massa PT. Masa Kini Mandiri (Lampung Post), waktu dan lokasi yang dipilih oleh peneliti dengan pertimbangan sebagai berikut:

1. Jangka waktu penelitian tersebut dengan pertimbangan kesibukan media massa tersebut dan sumber daya manusianya yang tidak sewaktu-waktu siap dilakukan wawancara
2. Lokasi yang dipilih karena perusahaan tersebut merupakan salah satu perintis media konvensional yang masih bertahan dengan perkembangan teknologi dan melakukan perubahan untuk tetap bersaing di era digital.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini ada dua yaitu:

1. Data primer, yang diperoleh secara langsung dari informan yang bersangkutan dengan wawancara untuk mendapatkan jawaban yang berkaitan dengan Strategi Integrasi Komunikasi Pemasaran Dalam Keberagaman Media Pemberitaan Masyarakat Kota Bandar Lampung.
2. Data sekunder, yang diperoleh dari *literature* dan dokumen serta data yang diambil dari Media Pemberitaan Masyarakat Kota Bandar Lampung.

3.3.1 Narasumber

Dalam penelitian kualitatif, narasumber merujuk kepada individu atau kelompok yang memberikan sumber informasi atau data kepada peneliti. Mereka memiliki pengetahuan, pengalaman, dan wawasan yang relevan dengan topik penelitian yang sedang diteliti. Narasumber dalam penelitian kualitatif biasanya dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Peran narasumber sangat penting dalam penelitian kualitatif karena mereka dapat

memberikan perspektif, pengalaman, dan pemahaman yang mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti.

Mereka dapat berbagi cerita, pendapat, nilai-nilai, sikap, dan pandangan mereka terhadap topik penelitian. Informan seringkali terlibat dalam wawancara mendalam atau diskusi kelompok yang digunakan untuk mengumpulkan data kualitatif (Nugrahani, 2014). Selain itu, narasumber juga dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi dan memahami konteks sosial, budaya, atau organisasi yang terkait dengan penelitian. Mereka dapat memberikan insight yang berharga tentang norma, praktik, peran, atau struktur yang ada dalam lingkungan mereka. Narasumber juga dapat membantu peneliti dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi fenomena yang sedang diteliti, serta memberikan perspektif yang berbeda-beda, adapun informan dalam peneliti ini adalah:

1. Narasumber Ahli

Narasumber Ahli adalah individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan, pengalaman, atau keahlian khusus yang relevan dengan topik penelitian yang sedang diteliti (Agusta, 2003). Mereka dianggap sebagai narasumber yang sangat berharga dalam penelitian kualitatif karena kontribusi mereka dalam memberikan pemahaman yang dalam dan mendalam tentang fenomena yang sedang diteliti. Sehingga narasumber ahli bisa berasal dari eksternal perusahaan yang berkompeten dalam penelitian ini maupun dari internal perusahaan yang memiliki suatu tanggung jawab keputusan perusahaan.

2. Narasumber Utama

Narasumber utama dalam penelitian kualitatif mirip dengan “aktor utama” penelitian yang akan dipelajari.

3. Narasumber Pendukung

Narasumber pendukung adalah individu atau kelompok yang memiliki pengetahuan atau pengalaman yang dapat memberikan kontribusi tambahan

dalam penelitian kualitatif (Agusta, 2003). Mereka tidak memiliki keahlian atau pengetahuan yang sejauh informan kunci, namun tetap memiliki wawasan yang relevan dengan topik penelitian. Peran narasumber pendukung dalam penelitian kualitatif adalah memberikan informasi atau perspektif tambahan yang melengkapi data yang diperoleh dari informan kunci. Mereka dapat memberikan sudut pandang yang berbeda, pengalaman pribadi, atau informasi yang dapat memperkaya pemahaman tentang fenomena yang sedang diteliti.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

1. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi langsung antara peneliti dan narasumber (informan). Tujuan dari wawancara adalah untuk memperoleh informasi yang detail, mendalam, dan kontekstual tentang topik penelitian. Peneliti dapat menggunakan panduan wawancara yang terstruktur (dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya), semi-terstruktur (kombinasi pertanyaan yang telah ditentukan dan pertanyaan improvisasi), atau tak terstruktur (tanpa panduan yang terlalu kaku) (Data, 2014). Wawancara dapat dilakukan dalam bentuk wawancara mendalam (in-depth interview), di mana peneliti mendapatkan informasi secara individual dari satu narasumber pada satu waktu, atau dalam bentuk wawancara kelompok (focus group interview), di mana sekelompok narasumber terlibat dalam diskusi terarah. Wawancara memungkinkan peneliti untuk menggali pengalaman, sikap, pendapat, dan persepsi narasumber dengan lebih rinci, serta memperoleh pemahaman tentang latar belakang, nilai-nilai, dan konteks sosial yang mempengaruhi mereka.

Variabel	Dimensi	Indikator
<i>Integrated Marketing Communication Theory</i> (Teori Komunikasi Pemasaran Terpadu), Fill (1995), Pickton (2001)	Sistem pemasaran antar platform	<ul style="list-style-type: none"> • Margin prioritas pemasaran pada setiap platform media • Penggunaan struktur sistem pemasaran • Menjaga persaingan usaha • Metode komunikasi pemasaran pada setiap platform
	Pengaturan organisasi pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelolaan SDM pada unit bisnis dan redaksi • Monitoring SDM pada unit bisnis dan redaksi
	Menjaga hubungan dengan mitra	<ul style="list-style-type: none"> • Mempertahankan mitra kerjasama • Menarik mitra baru untuk kerjasama
<i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital) Damian Ryan, (2014), Philip kotler & hermawan kartajaya (2020)	Penggunaan teknologi dalam pemasaran	<ul style="list-style-type: none"> • Pengelolaan teknologi dalam menarik mitra melalui platform-platform media yang ada
Teori Difusi Inovasi Everett Rogers (1962)	Proses transformasi penerimaan teknologi baru	<ul style="list-style-type: none"> • Adaptasi pengembangan teknologi sistem pemasaran dalam media, pembangunan media baru, dan penggabungan sistem pembaharuan

Tabel 3.2 Tabel Pedoman Wawancara

2. Observasi

Observasi melibatkan pengamatan langsung peneliti terhadap perilaku, interaksi, atau situasi yang terjadi dalam konteks penelitian. Tujuan observasi adalah untuk memperoleh pemahaman tentang tindakan, pola perilaku, dinamika kelompok, atau lingkungan yang diamati (Data, 2014). Observasi dapat dilakukan dalam bentuk observasi partisipan, di mana peneliti aktif terlibat dalam situasi yang diamati, atau observasi non-partisipan, di mana peneliti hanya mengamati tanpa interaksi langsung. Observasi dapat dilakukan secara terstruktur, di mana peneliti mengamati variabel-variabel yang telah ditentukan sebelumnya, atau tidak terstruktur, di mana peneliti mengamati secara bebas dan mencatat apa pun yang dianggap relevan. Observasi memungkinkan peneliti untuk memperoleh pemahaman tentang perilaku yang mungkin sulit diperoleh melalui wawancara, serta mengamati konteks sosial, dinamika interaksi, dan praktik yang ada.

3. Dokumentasi

Peneliti mengambil data dari catatan, dokumentasi, dalam hal tersebut dokumentasi diperoleh melalui dokumen-dokumen atau arsip, dokumentasi yang dimaksud yaitu metode yang digunakan untuk menelusuri data historis yang ada dalam bentuk catatan harian, laporan, dan dokumen foto ataupun gambar.

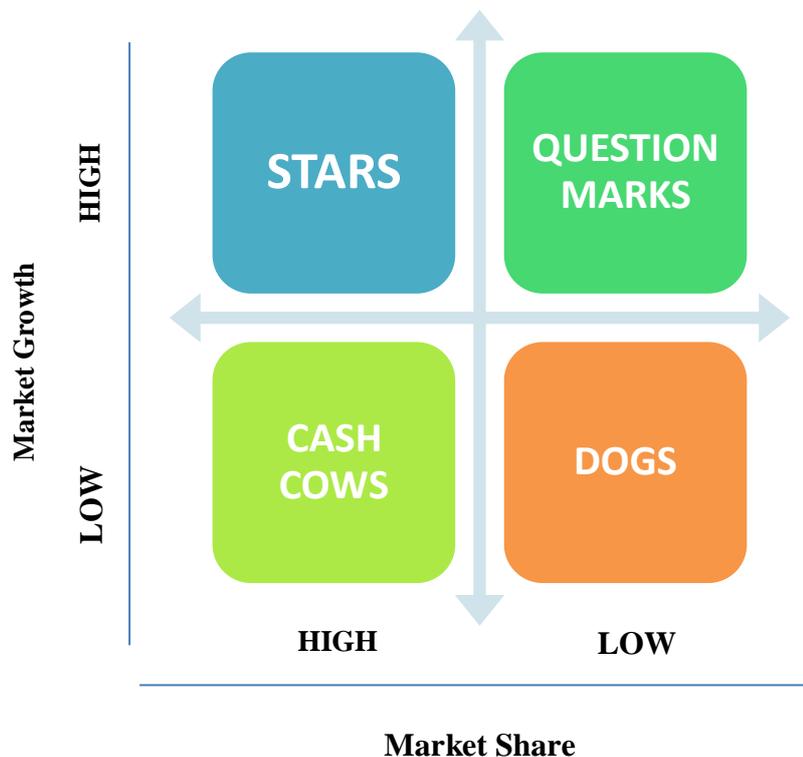
3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahap berikutnya yang dilakukan peneliti setelah mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Tujuan dari analisis data adalah untuk menyusun, mengorganisir, dan menyimpulkan temuan-temuan yang ditemukan secara sistematis dari data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode analisis SWOT, Analisis SWOT yang merupakan singkatan dari Strengths, Weaknesses, Opportunities, dan Threats, digunakan sebagai model untuk menganalisis suatu organisasi yang berfokus pada keuntungan atau non-profit. Tujuan utama analisis ini adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang keadaan suatu organisasi, dan

memungkinkan organisasi yang berfokus pada keuntungan atau nirlaba untuk melakukan analisis menggunakan standar yang sudah ada saat menganalisis organisasi dengan melihat kondisi internal maupun eksternal pada perusahaan tersebut (Muhammad Yusuf et al., 2022).

David (2009) menyatakan bahwa SWOT adalah alat penting yang membantu manajer membuat empat jenis strategi: strategi SO (strengths-opportunities), strategi WO (weaknesses-opportunities), strategi ST (strengths-threats), dan strategi WT (weakness-threat).

Dari analisis tersebut dilakukan analisis posisi per media melalui matrix *Boston Consulting Group* (BCG) dimana analisis bisnis ini membantu bisnis mempertimbangkan peluang pertumbuhan dalam perencanaan strategis jangka panjang dan meninjau portofolio produk mereka untuk membantu mereka membuat keputusan apakah berinvestasi, mengembangkan, atau menghentikan produk mereka. Selain itu, metrik BCG ini membantu perusahaan dalam menentukan pengalokasian sumber daya dan berfungsi sebagai alat analisis dalam bidang seperti analisis portofolio, pemasaran merek, manajemen produk, dan manajemen strategis (Abdul Kadir, 2018).



Gambar 3.1 Boston Consulting Group (BCG) Matrix

3.5 Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian sangat penting untuk memastikan validitas dan reliabilitas data yang telah dikumpulkan selama penelitian. Dalam penelitian ini, digunakan teknik pengabsahan data yang dikenal sebagai triangulasi. Triangulasi dalam konteks pengujian keabsahan ini merujuk pada penggunaan berbagai sumber, metode, dan waktu yang berbeda untuk memverifikasi data yang diperoleh. Triangulasi dalam penelitian ini melibatkan triangulasi sumber, waktu, pengumpulan data, dan teknik. Peneliti menggunakan triangulasi sumber untuk membandingkan atau memeriksa tingkat kepercayaan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber yang berbeda. Dengan menggunakan triangulasi sumber, keabsahan data diperkuat karena informasi yang dikumpulkan dapat dikonfirmasi atau dibandingkan dari sudut pandang yang berbeda.

Dalam triangulasi waktu, peneliti mengumpulkan data dari sumber yang berbeda pada waktu yang berbeda. Hal ini memungkinkan peneliti untuk melihat adanya kesinambungan atau perubahan dalam data dari waktu ke waktu, serta memvalidasi temuan yang ditemukan (Raharja, 2010). Triangulasi pengumpulan data melibatkan penggunaan beberapa metode atau teknik pengumpulan data yang berbeda dalam penelitian. Dengan menggabungkan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi, peneliti dapat memperoleh sudut pandang yang lebih komprehensif dan membandingkan informasi yang diperoleh melalui berbagai cara. Teknik triangulasi ini digunakan untuk memperkuat keabsahan data dengan memastikan kesesuaian, konsistensi, dan validitas temuan. Dengan membandingkan informasi dari sumber yang berbeda, pada waktu yang berbeda, menggunakan berbagai metode pengumpulan data, dan teknik analisis yang berbeda, kepercayaan terhadap data diperkuat dan kesalahan atau bias yang mungkin muncul dapat diidentifikasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber sebagai salah satu strategi dalam menguji keabsahan data. Hal ini dilakukan untuk memperkuat kepercayaan terhadap temuan yang diperoleh dan memastikan kevalidan data yang digunakan dalam analisis dan kesimpulan penelitian. (Sugiyono, 2017).