

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1 Desain Penelitian

Metode penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan menggunakan kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif merupakan penelitian yang termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variabel dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan apa adanya. Penelitian deskriptif kualitatif menafsirkan dan menuturkan data yang bersangkutan dengan situasi yang sedang terjadi, sikap serta pandangan yang terjadi di dalam masyarakat, (Sugiyono, 2009)

Desain penelitian merupakan rancangan dalam melakukan penelitian mulai dari perencanaan, pelaksanaan, sampai pada evaluasi hasil penelitian.

Desain penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu:

1. Menentukan fokus penelitian.

Latar belakang dalam penelitian ini adalah mengenai strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung.

2. Menentukan teori yang sesuai dengan keadaan lapangan.

Teori-teori yang mendukung penelitian yang dilakukan yaitu mengenai strategi komunikasi, komunikasi pemasaran, *brand image* dan lainnya yang

dimasukan pada BAB II Kajian Pustaka sesuai dengan konteks dan komponen penelitian.

3. Menentukan sumber data

Dalam penelitian strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung, peneliti menentukan sumber data dalam penelitian yaitu Supervisor Marketing Area Bandung.

4. Menentukan instrumen penelitian dan teknik pengumpulan data.

Dalam penelitian kualitatif instrument penelitian merupakan peneliti itu sendiri, tetapi peneliti perlu juga menuangkan secara tertulis sebagai pertanggungjawaban atas penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini saya menggunakan pedoman wawancara dan pedoman observasi, karena peneliti merasa bahwa teknik pengumpulan data yang cocok dalam penelitian strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung adalah dengan cara mewawancarai Supervisor Marketing Area Bandung.

5. Rencana analisis data

Analisis data dilakukan setelah peneliti memperoleh data tentang strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung. Kemudian data tersebut dianalisis dan ditampilkan untuk penyusunan teori.

6. Rencana mencapai tingkat kepercayaan dan kebenaran penelitian

Peneliti melakukan pengumpulan data mengenai strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung agar memperoleh data yang valid dengan permasalahan yang akan diteliti.

7. Mempersiapkan laporan penulisan dan penyelesaian penelitian.

Peneliti mengerjakan laporan penelitian dari hasil penelitian di lapangan yang didukung oleh data-data di lapangan, dan menganalisis data mengenai bagaimana strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung.

### 3.2 Informan Penelitian

Informan dalam suatu penelitian menjadi hal yang sangat penting dikarenakan segala macam informasi yang diperlukan ada pada subjek penelitian tersebut. Pada penelitian ini, akan digunakan informan yang memang sesuai dengan kapasitasnya untuk menjadi narasumber yang valid sehingga diperoleh data yang kuat untuk menyusun dan menganalisis kepentingan penelitian.

Peneliti melakukan penentuan informan dengan menggunakan *teknik purposive sampling* atau dikenal juga dengan *sampling pertimbangan*. *Purposive sampling* yaitu “pemilihan sampel berdasarkan karakteristik tertentu yang dianggap mempunyai sangkut pautnya dengan karakteristik populasi yang sudah diketahui sebelumnya”. (Ruslan, 2004:156)

Peneliti menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu informan ditentukan dengan acak atau dengan pertimbangan tertentu berdasarkan aktivitas informan dan kesediaan informan untuk mengeksplorasi pengalaman informan secara sadar.

Peneliti memilih beberapa orang untuk dijadikan informan dan informan yang dipilih ini dianggap paling mengetahui informasi penelitian, sudah memenuhi karakteristik dan pertimbangan dari penelitian ini. Dimana informan menjadi sumber informasi yang mengetahui tentang aktivitas dan yang terlibat langsung dalam Strategi Promosi dalam aktivitas *Direct Selling* yang dilakukan oleh PT. Global Green Trading, dimana proses program *direct selling* yang dilakukan untuk mengkomunikasikan produk rokok Dunhill. Data informan dapat dilihat pada tabel 3.1 dibawah ini:

**Tabel 3.1**

**Informan Penelitian**

<b>NO</b>	<b>NAMA</b>	<b>KETERANGAN</b>
1.	Fransiscus Andup (37)	Area Manager PT. Global Green Trading
2.	Rizky Rudiana (34)	Supervisor PT. Global Green Trading
3.	Rendy Rizkiandi Sambas (28)	Team Leader PT. Global Green Trading
4.	Dinda Maharani (21)	Brand Ambassador
5.	Silvi Robiatun (19)	Brand Ambassador

6.	Nita Widianti (22)	Brand Ambassador
7.	M. Prabu Nignrat (27)	Konsumen
8.	Niko Setiawan (28)	Konsumen

**Sumber: Dokumentasi Peneliti, 2016**

### 3.3 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan kita melakukan penelitian ke lapangan adalah untuk mendapatkan data dan informasi yang diinginkan, maka kita menggunakan teknik pengumpulan data untuk memperoleh informasi ataupun data yang kita inginkan tersebut.

Menurut Sugiyono (2010: 62) teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah menapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu:

#### 3.3.1 Pengamatan (*Observation*)

Observasi merupakan salah satu dari tehnik pengumpulan data yang digunakan untuk memperhatikan sesuatu. Penulis menggunakan teknik observasi karena penulis ingin melakukan pengamatan terhadap seluruh kegiatan di PT Global Green Trading melalui program direct selling dengan cara meninjau, mengenal, dan mengidentifikasi masalah yang diteliti

Menurut Suharsimi (2010: 199) mengenai observasi yaitu:

Observasi adalah memperhatikan sesuatu dengan menggunakan mata. Di dalam pengertian psikologik, observasi atau yang disebut pula dengan

pengamatan, meliputi kegiatan pemuatan perhatian terhadap sesuatu objek dengan menggunakan seluruh alat indra.

Pendapat Suharsimi mengenai observasi tersebut lebih menekankan pada penggunaan alat indra untuk mengamati sesuatu. Langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti dalam teknik observasi ini yaitu dimulai dengan meninjau secara langsung ke objek penelitian untuk mengamati subjek penelitian yaitu pengelola supervisor marketing. Setelah itu peneliti mengidentifikasi masalah yang akan diteliti, kemudian peneliti mengamati hal-hal yang menjadi bahasan dalam penelitian ini. Pertanyaan penelitian yang diteliti dengan menggunakan teknik observasi ini adalah bagaimana strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung.

Menurut Surakhmad (2004: 162) observasi terbagi ke dalam dua cara, yaitu:

- a. Observasi langsung yaitu, tehnik pengumpulan data dimana penyelidik mengadakan pengamatan secara langsung (tanpa alat) terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki, baik pengamatan itu dilakukan di dalam situasi sebenarnya maupun dilakukan di dalam situasi buatan yang khusus diadakan.
- b. Observasi tidak langsung, yaitu tehnik pengumpulan data dimana penyelidikan mengadakan pengamatan terhadap gejala-gejala subjek yang diselidiki dengan perantaraan sebuah alat, baik alat yang sudah ada (yang semula tidak khusus dibuat untuk keperluan tersebut), maupun yang sengaja

dibuat untuk keperluan yang khusus. Pelaksanaannya dapat berlangsung di dalam situasi yang sebenarnya maupun di dalam situasi yang buatan.

Merujuk dari pendapat Surakhmad tersebut. Observasi yang dilaksanakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah observasi secara langsung, karena peneliti langsung berada bersama objek yang diteliti dan mengamati langsung kegiatan strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung.

Menurut Faisal (Sugiyono: 2010, 64-67) observasi terbagi dalam tiga macam, yaitu:

a. Observasi partisipatif.

Dalam observasi ini, peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Observasi ini digolongkan menjadi empat, yaitu partisipatif pasif, partisipatif moderat, partisipatif aktif, dan partisipatif lengkap.

b. Observasi terus terang atau tersamar.

Dalam hal ini, peneliti dalam melakukan pengumpulan data menyatakan terus terang kepada sumber data, bahwa ia sedang melakukan penelitian . jadi mereka yang diteliti mengetahui sejak awal sampai akhir tentang aktifitas peneliti.

c. Observasi tak berstruktur

Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukan dengan tidak berstruktur, karena fokus penelitian belum jelas. Fokus observasi akan berkembang selama kegiatan observasi berlangsung.

Berdasarkan pendapat Faisal mengenai macam-macam observasi tersebut, peneliti melakukan observasi partisipatif dengan jenis partisipatif pasif karena, peneliti hanya datang ke lokasi penjualan untuk mengetahui strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung.

### 3.3.2 Wawancara (*Interview*)

Wawancara merupakan tehnik pengumpulan data dengan cara bercakap-cakap atau berdialog dengan sumber data untuk memperoleh informasi.

“Wawancara adalah sebuah dialog yang dilakukan oleh pewawancara untuk memperoleh informasi dari terwawancara” (Arikunto, 2010 : 198).

Menurut pendapat Arikunto tersebut, wawancara merupakan kegiatan yang dilakukan dengan cara berinteraksi langsung dengan informan melalui percakapan.

Peneliti memilih tehnik pengumpulan data dengan menggunakan tehnik wawancara karena pertanyaan penelitian yang diteliti yaitu mengenai strategi promosi PT. Global Green Trading melalui program *Direct Selling* dalam mempertahankan *Brand Image* Dunhill dikalangan perokok kota Bandung. Hal tersebut merupakan hal yang mendasar pada laporan tentang diri sendiri

sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono (2010: 72) yaitu mengemukakan bahwa :

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, tetapi juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report, atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Melihat pendapat Sugiyono tersebut, wawancara digunakan untuk studi pendahuluan dan untuk mengetahui responden lebih mendalam.

Esterberg (Sugiyono, 2010: 73) mengemukakan beberapa macam wawancara, yaitu:

- a. Wawancara terstruktur. Wawancara terstruktur digunakan sebagai teknik pengumpulan data, bila peneliti atau pengumpul data telah mengetahui dengan pasti tentang informasi apa yang akan diperoleh.
- b. Wawancara semiterstruktur. Jenis wawancara ini sudah termasuk dalam kategori *in-dept interview* dimana dalam pelaksanaannya lebih bebas bila dibandingkan dengan wawancara terstruktur.
- c. Wawancara tak berstruktur. Wawancara tak berstruktur adalah wawancara yang bebas dimana peneliti tidak menggunakan pedoman wawancara yang telah tersusun secara sistematis dan lengkap untuk pengumpulan datanya.

Merujuk dari pendapat Esterberg di atas, penulis menggunakan metode wawancara karena dalam teknik pengumpulan data harus melalui komunikasi langsung (tatap muka) antara pihak penanya (*interviewer*) dengan pihak yang ditanya atau penjawab (*interview*).

### **3.4 Uji Keabsahan Data**

Uji keabsahan Data yang dilakukan dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Menurut Sugiyono cara pengujian kredibilitas data atau kepercayaan terhadap data hasil penelitian kualitatif antara lain dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi data, diskusi dengan teman sejawat, analisis kasus negative, dan *membercheck*. Tetapi memilih beberapa saja sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian yang dilakukan. (Sugiyono, 2010:270)

Uji keabsahan data yang dilakukan oleh peneliti adalah meningkatkan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, dan *membercheck*.

#### **1. Meningkatkan Ketekunan (*Persistent observation*)**

Meningkatkan ketekunan berarti melakukan pengamatan secara lebih cermat dan berkesinambungan. Dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis. Sebagai bekal peneliti untuk meningkatkan ketekunan adalah dengan cara membaca berbagai referensi buku maupun hasil penelitian atau dokumentasi-dokumentasi yang terkait dengan temuan yang diteliti. Dengan membaca maka wawasan peneliti akan semakin luas

dan tajam, sehingga dapat digunakan untuk memeriksa data yang ditemukan itu benar/dipercaya atau tidak. (Sugiyono, 2010:272)

Dalam penelitian ini peneliti juga meningkatkan ketekunan sebagaimana yang telah dijelaskan dengan cara membaca referensi buku maupun hasil penelitian dengan yang terkait penelitian mengenai strategi komunikasi PT. Global Green Trading dalam program *Direct Selling*, peneliti juga memfokuskan diri dalam penelitian sehingga nantinya dapat mendapatkan hasil penelitian yang lebih terarah dan lebih terfokus lagi dalam hasil yang disajikan.

## **2. Triangulasi**

Diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu. Triangulasi teknik dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik berbeda. Misalnya data diperoleh dengan wawancara, lalu dicek dengan observasi, dokumentasi. Triangulasi waktu dilakukan dengan cara melakukan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. (Sugiyono, 2010:273)

Dalam triangulasi ini peneliti mencoba untuk melakukan cek ulang dengan hasil observasi di lapangan, berbincang-bincang dengan Area Manager, dan Supervisor PT. Green Global Trading mengenai program *Direct Selling* untuk mengetahui temuan hasil yang telah peneliti temukan di lapangan.

### 3. **Diskusi dengan teman sejawat**

Teknik ini dilakukan dengan mengekspos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan rekan-rekan sejawat. Dengan melakukan diskusi maka peneliti bisa bertukar pikiran serta menemukan ide-ide baru dalam mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik. Salah satunya adalah dengan menetapkan apakah pedoman observasi dan pedoman wawancara sudah benar. (Sugiyono, 2010 : 274)

### 4. **Membercheck**

Data itu harus diakui dan diteruma kebenarannya oleh sumber informasi. Data itu juga harus dibenarkan oleh sumber atau informan lainnya. *Membercheck* adalah proses pengecekan data yang diperoleh peneliti kepada informan, tujuannya adalah untuk mengetahui kesesuaian data yang diberikan oleh pemberi data. Apabila para pemberi data sudah menyepakati data yang diberikan berarti data tersebut valid, sehingga semakin kredibel. Akan tetapi menjadi sebaliknya yaitu tidak valid dan kredibel apabila para pemberi data justru meragukan data dan peneliti tidak melakukan diskusi lebih lanjut dengan informan. Dengan demikian, perlu dilakukan diskusi lebih lanjut apabila ditemukan ketidakcocokan antara data yang sudah dielaborasi oleh peneliti dengan penjelasan lebih lanjut dari informannya.

Dalam kasus ini, peneliti harus menyesuaikan dengan pemberi data, sehingga data atau informasi yang diperoleh dapat digunakan dalam penulisan laporan sesuai dengan apa yang dimaksud informan. *Membercheck* dilakukan setelah satu periode pengumpulan data selesai, atau setelah mendapatkan suatu temuan, atau kesimpulan. Hal tersebut dapat dilakukan secara individu atau kelompok. Dalam diskusi peneliti menyampaikan temuan kepada pemberi data. Data yang disampaikan peneliti mungkin ada yang dikurangi, ditambah, disepakati, atau ditolak. Untuk kelengkapan bukti kepercayaan, peneliti perlu mendokumentasikan moment ini dan membuat *formal administrative* sebagai kelengkapan administrasi penelitian. (Sugiyono, 2010 : 276)

Peneliti juga melakukan pengecekan kembali hasil wawancara yang telah peneliti lakukan kepada Area Manager dan Supervisor dengan diakhiri tanda tangan sebagai persetujuan atas apa yang telah peneliti tuangkan dalam transkrip wawancara yang sesuai dengan apa yang mereka sampaikan ketika diwawancara. Selanjutnya peneliti akan mengabadikan momen untuk kelengkapan administrasi penelitian.

### **3.5 Teknik Analisa Data**

Teknik analisa data yang akan dilakukan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif, maka diperlukan teknik langkah-langkah untuk menganalisa data-data yang telah diperoleh. Teknik analisis data adalah suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematis

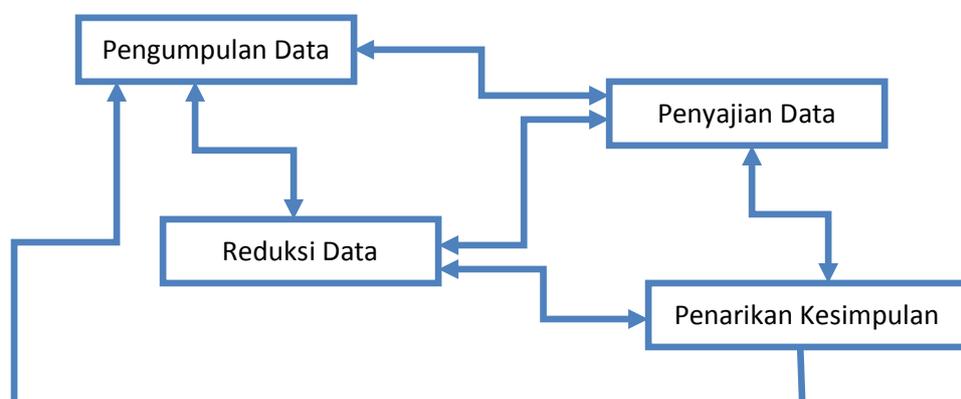
mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan diantara bagian, dan hubungan antara bagian dan keseluruhan.

”Analisis data kualitatif adalah upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan orang lain”.( Moleong, 2005 : 248).

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Miles and Huberman (1984) mengemukakan bahwa ”aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh”. Dibawah ini merupakan siklus komponen-komponen analisis kualitatif menurut Miles and Huberman (1984) adalah sebagai berikut:

**Gambar 3.1**

**Komponen-Komponen Analisis Data : Model Kualitatif**



Sumber: Miles dan Huberman dalam Sugiono (2005:247)

Adapun langkah-langkah dalam melakukan analisis data adalah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data, adalah langkah untuk mengumpulkan berbagai data yang diperlukan dalam penelitian langkah ini dilakukan sesuai dengan teknik pengumpulan data penelitian yang dilakukan. Teknik yang dilakukan adalah wawancara, pengamatan, studi kepustakaan dan penelusuran *online*. Kesemua teknik itu peneliti lakukan untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Reduksi Data atau Klasifikasi data, adalah proses penelitian, pemusatan perhatian pada penyederhanaan data kasar dari catatan tertulis lapangan penelitian, membuat ringkasan, penggolongan kategori jawaban dan kualifikasi jawaban informan penelitian kembali catatan yang telah diperoleh setelah mengumpulkan data. Peneliti mereduksi data setelah melakukan pengumpulan data, hal ini bertujuan untuk mendapatkan gambaran yang jelas mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti selama dilapangan. Sehingga hal ini memudahkan peneliti untuk melanjutkan analisa data pada tahap berikutnya.
3. Penyajian Data atau Analisis data, yakni penyusunan penyajian kategori jawaban informan dalam tabel/ tabulasi serta gambar / kecenderungan dari informan disertai analisis awal terhadap berbagai temuan data di lapangan sebagai proses awal dalam pengolahan data. Dengan mendisplay data, maka akan memudahkan untuk memahami.
4. Proses akhir penarikan kesimpulan, yaitu dilakukannya pembahasan yang berdasarkan pada rujukan berbagai teori yang digunakan dimana di dalamnya ditentukan suatu kepastian mengenai aspek teori dan kesesuaian / ketidaksesuaian dengan fakta hasil penelitian di lapangan dimana peneliti juga

membuat suatu analisis serta membuat tafsiran atas tampilan data sesuai dengan permasalahan penelitian serta memberikan verifikasi teoritis temuan penelitian mengenai Strategi Promosi PT. Global Green Trading melalui Program *Direct Selling* dalam mempertahankan *brand image* Dunhill dikalangan konsumen kota Bandung.

### **3.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian**

#### **3.6.1 Lokasi Penelitian**

Peneliti melakukan observasi di Kantor PT. Global Green Trading. Penelitian yang dilakukan terfokus pada satu Organisasi/Perusahaan.

Alamat : Jl Sukagalih No 125, Pasteur, Bandung

Telepon : 022 82602499

Website : [www.comma.com.my](http://www.comma.com.my)

#### **3.6.2 Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan Selama enam bulan, terhitung bulan Februari sampai dengan Agustus 2016.



