BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITINAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Rumah Cantik Citra Bandung

Citra sebagai produsen kecantikan yang telah berkiprah selama lebih dari 26 tahun, terus member perhatian penuh terhadap pemberdayaan dan kemajuan perempuan Indonesia. Salah satunya dengan terus mendorog perempuan Indonesia agar menggali lebih dalam esensi utama perempuan Indonesia masa kini. Komitmen citra dalam mendorong kemajuan perempuan Indonesia salah satunya diimplementasikan dengan membuka kembali Rumah Cantik Citra di Kota Bandung. Citra mendefinisikan perempuan masa kini dengan makna utuh tentang penampilan fisik sempurna, memiliki sudut pandang yang maju dan modern. Dan dimata citra, modernitas perempuan Indonesia juga diukur dari apresiasi yang tinggi terhadap nilai-nilai tradisidan budaya Indonesia.

Citra yang saat ini telah melansir 35 varian produk *body and face care*, akan terus berada di depan dalam mengarahkan perempuan Indonesia untuk lebih percaya diri menggali potensi diri. Indriani, Senior Brand Manager Citra, PT Unilever Indonesia Tbk. Mengatakan "Perempuan Indonesia sekarang memiliki banyak kesempatan untuk mewujudkan cita-cita mereka. Citra berusaha terus memfokuskan diri dalam mendukung perempuan Indonesia, agar mampu menggali potensi diri dengan memberikan berbagai kegiatan dengan tujuan menciptakan kemandirian, selalu berfikiran positif dalam menghadapi tantangan,

tidak bergantung pada orang lain, berani mengambil keputusan dan mengaktualisasi diri dalam mewujudkan mimpi mereka. Dan penampilan fisik cantik dan terawat dapat membantu memudahkan perempuan Indonesia membangkitkan kepercayaan diri untuk mewujudkan cita-cita tersebut."

Sejak tahun 2007, citra konsisten memberikan kegiatan regular Arisan Cantik Citra bekerjasama dengan beberapa media dibeberapa kota di seluruh Indonesia. Dimana citra memberikan berbagai macam *shearing* atau *talkshow* yang membekali perempuan Indonesia dengan pengetahuan yang penting, yaitu pengetahuan untuk menyadari akan potensi diri sehingga menjadi perempuan Indonesia yang lebih baik dan berhasil mewujudkan mimpinya. Komitmen citra dalam mendorong kemajuan perempuan Indonesia, khususnya perempuan di Kota Bandung, citra membuka kembali Rumah Cantik Citra pada tahun 2011 yang beralamat di Jalan Sunda No. 46, Bandung, Jawa Barat.

Sebuah Rumah Kecantikan yang selain menjadi tempat perawatan kecantikan fisik, juga menjadi rumah diskusi perempuan Indonesia. Sebuah tempat bertukar pikiran dan saling memajukan perspektif pemberdayaan perempuan Indonesia. Rumah Cantik Citra tersebut terinspirasi dari konsep "Keputren" yang identik sebagai kompleks bangunan istana kesultanan Jawa, yang diperuntukan khusus untuk permaisuri, selir atau putri. Dan konsep "Keputren" tersebut diimplementasikan secara modern, baik dalam konsep desain interior, terapi kecantikan, atau spirit rumah tersebut sebagai ruang diskusi. Indriani menambahkan "Rumah Cantik Citra ini berevolusi sejalan dengan evolusi citra. Rumah Cantik Citra yang baru ini hadir lebih *fresh*, muda, dan terbuka

untuk setiap perempuan yang ingin maju. Perempuan yang datang kesini akan merasa seperti datang kerumah sendiri, dapat menikmati *relaxing treatment.*" Di Rumah Cantik Citra juga terdapat ruang serbaguna yang dapat digunakan oleh komunitas perempuan dari berbagai bidang untuk sharing dan diskusi.

Tamu yang hadirpun tak perlu membayar biaya treatment, mereka hanya dipersihlahkan membeli produk citra dan mendapatkan perawatan kecantikan secara gratis, sesuai dengan paket produk yang dibeli. Di dalam pembukaan Rumah Cantik Citra pada tanggal 2 Desember 2011 ini juga menghadirkan diskusi mengenai "Citra dan Perempuan Indonesia Kini" yang menghadirkan pribadi-pribadi maju dari berbagai bidang. Diantaranya Donita *Brand Ambassador Citra Hazeline,* Elizabeth Wahyu yang dikenal sebagai *jewelry Designer,* Andi Armin sebagai Spa Konsultan Rumah Cantik Citra dan Desie Arumsari sebagai *Aura Healing Expert*. Mereka berbagi pemikiran tentang citra dan perempuan Indonesia kini, terutama mengenai perkembangan persepsi kecantikan perempuan Indonesia. Diskusi tersebut semakin menegaskan pernyataan bahwa perawatan kecantikan fisik memiliki peran penting dalam meningkatkan kepercayaan diri.

Bagi perempuan modern, kepercayaan diri tersebut dapat memudahkan dalam menggali potensi diri dan mewujudkan mimpi. Selain diskusi, pembukaan Rumah Cantik Citra juga diisi dengan *workshop therapy* warna, *treatment* dan *workshop* membuat gelang dari batu-batuan. Progres perempuan Indonesia tersebut juga sejalan dengan evolusi citra sebagai produsen kecantikan, yang dapat mengakomodasi kebutuhan perempuan Indonesia, sesuai perkembangan zamannya.

Kini, semakin banyak perempuan Indonesia mampu memaknai kecantikan lebih dalam, dan tak melihatnya sekadar kecantikan fisik yang artificial. Semakin banyak perempuan Indonesia percaya diri, berpikiran maju, serta tetap menjunjung tinggi warisan budaya Indonesia. Dan semakin banyak pula perempuan Indonesia, mampu mewujudkan cita-cita mereka menjadi sebuah karya nyata dan inspiratif. Dan citra akan selalu menjadi sahabat perempuan Indonesia.

Beranjak dari fakta bahwa konsumen utama Citra adalah kaum wanita, Citra merasa terpanggil untuk membantu perempuan Indonesia dalam menjalankan berbagai peran mereka. Pada tahun 2009, Citra mulai mengembangkan "Rumah Cantik Citra" di Bandung yang menyediakan fasilitas dimana perempuan dapat menyegarkan diri dan melepas ketegangan sehingga mereka dapat menjadi cantik luar dan dalam.

3.1.2 Visi Rumah Cantik Citra

Menjadi merek perawatan kulit lengkap yang memberikan kecantikan alami secara keseluruhan.

3.1.3 Misi Rumah Cantik Citra

Misi pertama, Citra menginginkan Merek Perawatan Kulit Lengkap yang tercermin dari jajaran produk perawatan kulit Citra yang sudah ada. Untuk Perawatan Tubuh, Citra memiliki Citra *Hand & Body Lotion*, Citra *Liquid Soap* dan Citra *Body Scrub*. Sementara itu, untuk Perawatan Wajah, Citra memiliki

Citra *Hazeline Moisturizer* dan Citra *Face Cleanser*. Citra akan terus menciptakan inovasi strategis yang berkaitan dengan konsumennya.

Misi kedua, Citra ingin membantu wanita Indonesia menyeimbangkan pikiran dan tubuh mereka. Citra sadar bahwa wanita Indonesia memiliki peran ganda dalam menjalani hidup dan ada permintaan tinggi dari masyarakat untuk wanita ini untuk menjalankan peran mereka. Dengan memiliki keseimbangan pikiran dan tubuh, wanita dapat memainkan peran dengan lebih baik dan hal ini akan membawa ke hubungan harmonis dengan masyarakat. Berdasarkan semua alasan ini, Citra meluncurkan varian wewangian aromaterapi, karena manfaat aromaterapi sudah dikenal luas untuk membantu mengendurkan ketegangan panca indra dan menenangkan pikiran dan tubuh.

Untuk mendukung kedua misi tersebut di atas, Citra meluncurkan aktivasi Rumah Cantik Citra (RCC). RCC adalah rumah spa untuk merasakan seluruh produk Citra dalam merawat dan mempercantik tubuh dan jiwa.

3.1.4 Tujuan Rumah Cantik Citra

Untuk memberi kesempatan kepada perempuan Indonesia agar dapat merasakan sendiri manfaat bahan alami yang ada dalam varian terbaru Citra, Citra juga menghadirkan Rumah Cantik Citra (RCC) dengan konsep baru. RCC yang baru menyediakan ruang perawatan yang mewakili budaya Indonesia, Cina, dan Jepang. RCC yang baru ini memberikan perawatan yang lebih lengkap, antara lain *Tuina massage, Shiatsu massage,* serta pijat tradisional Jawa.

Di Rumah Cantik Citra, pengunjung dapat menikmati berbagai perawatan kecantikan serta mempelajari berbagai teknik dan pengetahuan mengenai

perawatan holistik sehingga mereka dapat mengontrol emosi mereka dan menyegarkan pikiran mereka dan dapat sungguh-sungguh merasa cantik luar dalam.

3.1.5 Logo Rumah Cantik Citra

Setiap perusahaan senantiasa dilengkapi dengan lambang perusahaan. Lambang mempunyai arti penting karena lambang merupakan identitas bagi setiap perusahaan. Lambang perusahaan Rumah Cantik Citra dapat dilihat sebagai berikut :

Gambar 3.1
Logo Rumah Cantik Citra



Sumber : Arsip Perusahaan, April 2012.

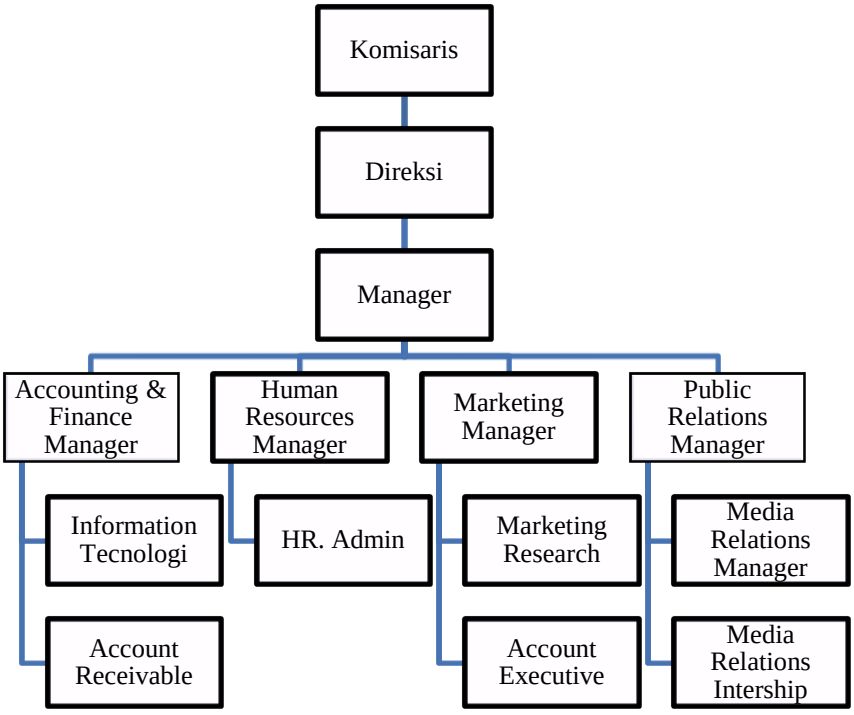
Logo Rumah Cantik Citra merupakan sebuah ilustrasi yang dituangkan ke dalam sebuah logo, dimana gambar wanita merupakan cerminan dari kekhasan produk yang dikeluarkan citra dengan segmentasi yang secara khusus wanita. Dalam logo tersebut terpancar sebuah kecantikan yang mewakili wanita secara keseluruhan. Dengan ini citra selalu berorientasi dan berinovasi dalam mengembangkan brandnya.

3.1.6 Struktur Organisasi Rumah Cantik Citra

Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu gambaran yang menunjukkan suatu pekerjaan yang harus dilakukan oleh setiap bagian atau anggota. Gambar struktur organisasi Rumah Cantik Citra Bandung dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Gambar 3.2

Struktur Organisasi Rumah Cantik Citra Bandung



Sumber : Arsip Perusahaan, April 2012

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Studi kasus adalah suatu eksplorasi dari sebuah sistem terbatas atau suatu kasus secara mendetail, pengumpulan data secara mendalam dari informasi-informasi (Creswell, dalam Ruslan 2005). Penelitian melalui studi kasus yaitu unsur salah satu perusahaan yang terkait dengan populasi tertentu. Kesimpulan studi kasus tersebut yang diambil tidak berlaku secara umum, tetapi hanya terbatas pada suatu kasus-kasus tertentu yang sedang diteliti pada objek tertentu atau perusahaan yang bersangkutan. Pembagian riset menurut teknik pengumpulan data secara umum yaitu melalui : Riset yang dilakukan dengan teknik survey, dan Riset yang dilakukan dengan teknik eksperimen (Ruslan, 2005).

Sebagai suatu metode kualitatif, studi kasus mempunyai beberapa keuntungan. Lincoln dan Guba (dalam Mulyana, 2009) mengemukakan bahwa keistimewaan studi kasus meliputi hal-hal berikut:

1) Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yakni menyajikan pandangan subjek yang diteliti.
2) Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
3) Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukan hubungan antara peneliti dan responden.
4) Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi faktual tetapi juga keterpercayaan (trust wirthinnes).
5) Studi kasus memberikan “uraian tebal” yang diperlukan bagi penilaian atas transferabilitas.
6) Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang terus berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha mengamati, memahami dan menganalisis Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Cantik Citra Bandung dalam upaya meningkatkan minat beli pengunjung. Salah satu karakter penelitian kualitatif adalah melakukan pengamatan dan berinteraksi dengan subjek penelitian untuk berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka atas dunianya. Hal seperti ini juga dipertegas oleh Creswell dalam Ruslan (2005) yang mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang latar tempat dan waktunya alamiah. Paradigma ini juga memungkinkan untuk dilakukan interpretasi secara kualitatif atas data-data penelitian yang telah diperoleh. Di samping itu, jenis penelitian ini memberi peluang yang besar bagi dibuatnya interpretasi-interpretasi alternatif (Littlejohn, 2009:16).

Menurut Bodgan dan Tylor dalam Mulyana (2009) penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar individu tersebut secara holistik (utuh atau menyeluruh).

Berdasarkan beberapa kelebihan dari metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini, maka dipandang cocok untuk meneliti Strategi Komunikasi Pemasaran Rumah Cantik Citra Bandung Dalam Upaya Meningkatkan Minat Beli Pengunjung. Melalui penelitian ini dimungkinkan akan dapat memperoleh informasi dan data yang bersifat apa adanya (alamiah), menentukan gambaran yang mendalam serta pemahaman yang holistik.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1 Studi Pustaka

Peneliti juga melakukan pencarian data melalui sumber-sumber tertulis untuk memperoleh informasi mengenai objek penelitian ini.

1) **Studi Literatur**

   Dalam studi literatur ini penulis menganut sistem kepustakaan terbuka dimana dengan mengumpulkan data atau keterangan melalui bahan bacaan mengenai masalah yang diteliti. Dengan teknik kepustakaan ini diharapkan mendapat dukungan teori dalam pembahasan masalah, yaitu dengan mengutip pendapat-pendapat para ahli, hal ini diharapkan akan memperjelas dan memperkuat pembahasan yang akan diuraikan.

2) **Penelusuran Data *Online***

   Penelusuran data *online* menurut Burhan Bungin dalam Elvinaro (2011) adalah :

   > "Tata cara melakukan penelusuran data melalui media *online* seperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakan fasilitas *online*, sehingga memungkinkan peneliti dapat memanfaatkan data informasi online yang berupa data maupun informasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis".

Dari pendapat Burhan Bungin yang dikutip diatas, peneliti menggunakan sumber yang *online* sebagai data pendukung untuk kebutuhan informasi penelitian ini, baik dengan menggunakan jasa "*search engine*" seperti: google, yahoo, dan blog karena didalam situs ini banyak informasi-informasi yang dibutuhkan untuk

kepentingan penelitian ini. Jadi, sudah selayaknya untuk mendapatkan informasi yang berkaitan, yang bisa didapat dari jaringan *online* untuk umum.

3.2.2.2 Studi Lapangan

1) **Wawancara (*Indepth Reporting*)**

   Untuk memperoleh informasi secara akurat dari narasumber langsung sebagai data primer, peneliti melakukan metode wawancara. Wawancara adalah cara pengumpulan data yang dalam pelaksanaannya mengadakan Tanya jawab terhadap orang-orang yang erat kaitannya dengan permasalahan, baik secara tertulis maupun lisan guna memperoleh keterangan atas masalah yang diteliti.

   Mulyana mengatakan bahwa:

   > "wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu, yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara *(interviewer)* sebagai orang yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai *(interviewee)* sebagai orang yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu". (Mulyana, 2009)

   Wawancara dapat dilakukan beberapa kali untuk memberikan data-data yang benar-benar aktual. Seperti juga dalam metode penelitian lainnya, kualitatif sangat bergantung dari data dilapangan dengan melihat fakta-fakta yang ada. Data yang terus bertambah dimanfaatkan untuk verifikasi teori yang timbul dilapangan, kemudian terus-menerus disempurnakan selama penelitian berlangsung.

2) **Observasi**

   Dalam mengumpulkan data, peneliti mengikuti perkembangan dengan melakukan pengamatan langsung atau observasi partisipan. Tetapi peneliti

tidak berperan sebagai *Marketing Communication* melainkan mengamati kegiatan yang dilakukan informan selama diizinkan, dan diharapkan akan mendapatkan catatan-catatan atau data penelitian di lapangan.

> "Menurut Bodgan dan Taylor dalam Mulyana (2009) apa yang membedakan observasi partisipan serta semua jenis metode kualitatif dari metode lainnya adalah bahwa pertanyaan yang dibuat oleh peneliti observasi partisipan disusun dalam bentuk yang general dan berusaha memasuki kancah penelitian tanpa membawa keranjang hipotesis tertentu atau preteori-preteori yang telah dikonsep lebih dahulu."

3) Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan salah satu sumber pengumpul data dimana sumber dokumentasi ini diperoleh dari beberapa data atau dokumen, laporan, buku, surat kabar dan juga beberapa bacaan lainnya yang mendukung penelitian ini. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Rakhmat, 2002).

3.2.3 Teknik Penentuan Informan

Penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan secara sengaja (*purposive sampling*). *Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiono, 2002).

Untuk memperoleh kedalaman materi yang disajikan serta validitas data yang diperoleh, maka pemilihan informan menjadi sesuatu yang sangat penting mengingat dari merekalah awal mula data diperoleh dan dikembangkan dalam

proses selanjutnya. Informan dipilih berdasarkan beberapa kriteria tertentu, dan pemilihan ini juga dilakukan secara *purposive* (sengaja) berdasarkan informasi awal yang diperoleh dan *accidental* (ditentukan pada saat dilapangan).

1) ***Purposive*** (sengaja)

Penarikan Sampel dengan pertimbangan yang didasarkan pada kepentingan atau tujuan penelitian.

Ada 2 cara penarikan sampel *purposive*, yaitu :

1) *Convenience Sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan keinginan peneliti sesuai dengan tujuan penelitian
2) *Judgment Sampling* yaitu penarikan sampel berdasarkan penelitian terhadap karakteristik anggota sampel yang disesuaikan dengan tujuan penelitian

Informan (narasumber) penelitian adalah seseorang yang, karena memiliki informasi (data) banyak mengenai objek yang sedang diteliti, dimintai informasi mengenai objek penelitian tersebut. Pengambilan Informan secara *purposive*, informan dengan persyaratan atau kriteria tertentu yang diperlukan.

Tabel 3.1

Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan
1	Reyan Ahmad Kuryana	Manager
2	Y.H Mujiyono	Marketing Manager
3	Anita	Pengunjung
4	Selfi Nugraha	Pengunjung

3.2.4 Teknik Analisa Data

Suatu kegiatan yang mengacu pada penelaahan atau pengujian yang sistematik mengenai suatu hal dalam rangka mengetahui bagian-bagian, hubungan diantara bagian, dan hubungan bagian dengan keseluruhan. Bodgan & Biklen dalam Ruslan (2010:58) berpendapat bahwa:

> "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 kepada orang lain".

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1) Reduksi Data (Data *Reduction*) : yaitu bagian dari proses analisa dengan bentuk analisis untuk mempertegas, memperpendek, membuat focus, membuang hal yang tidak penting dan mengatur data sehingga dapat disimpulkan.
2) Penyajian Data (Data Display): yaitu susunan informasi yang memungkinkan dapat ditariknya suatu kesimpulan, sehingga memudahkan untuk memahami apa yang terjadi.
3) Penarikan Kesimpulan *(Conclusion Verification)* : yaitu suatu kesimpulan yang diverifikasi dengan cara melihat dan mempertanyakan kembali, dengan meninjau kembali secara sepintas pada catatan lapangan untuk memperoleh pemahaman yang lebih cepat.
4) Evaluasi : Melakukan verifikasi hasil analisis data dengan informan, yang didasarkan pada kesimpulan tahap keempat. Tahap ini dimaksudkan untuk

menghindari kesalahan interpretasi dari hasil wawancara dengan sejumlah informan yang dapat mengaburkan makna persoalan sebenarnya dari fokus penelitian.

Tahapan-tahapan dalam analisis data di atas merupakan bagaian yang tidak saling terpisahkan, sehingga saling berhubungan anatara tahapan yang satu dengan tahapan yang lainnya. Analisis dilakukan secara bertahap (kontinyu) dari awal sampai akhir penelitian.

3.2.5 Uji Keabsahan Data

Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Pengertian triangulasi itu sendiri adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu studi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat me-recheck temuannya dengan beberapa macam triangulasi. Dan yang peneliti ambil yaitu teknik triangulasi data.

Triangulasi data berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan:

1) Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
2) Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.

3) Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

3.2.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.2.6.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Rumah Cantik Citra, yang beralamat di Jl. Sunda No. 46, Kota Bandung. Telp : (022) 4262036.

3.2.6.2 Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan, bulan Februari 2012 sampai bulan Juli 2012. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian dengan perincian waktu sebagai berikut :