

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, menurut Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan *metodologi kualitatif* sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut mereka, pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan.

Sejalan dengan definisi tersebut, Kirk dan Miller (1986:9) mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Penulis lainnya memaparkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan pendekatan *naturalistik* untuk mencari dan menemukan pengertian atau pemahaman tentang fenomena dalam suatu latar yang berkonteks khusus. Pengertian ini hanya mempersoalkan dua aspek yaitu pendekatan penelitian yang digunakan adalah *naturalistik* sedang upaya dan tujuannya adalah memahami suatu fenomena dalam suatu konteks khusus. Hal itu berarti bahwa

tidak seluruh konteks dapat diteliti tetapi penelitian kualitatif itu harus dilakukan dalam suatu konteks yang khusus.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan prosedur analisis yang tidak menggunakan prosedur analisis statistik atau cara kuantitatif lainnya. Jelas bahwa pengertian ini mempertentangkan penelitian kualitatif dengan penelitian yang bernuansa kuantitatif apapun tidak perlu digunakan pada penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif didasarkan pada upaya membangun pandangan mereka yang diteliti yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik yang rumit. Definisi ini lebih melihat perspektif emik dalam penelitian yaitu memandang sesuatu upaya membangun pandangan subjek penelitian yang rinci, dibentuk dengan kata-kata, gambaran holistik dan rumit. (Moleong, 2009:4-6)

a. Pendekatan Deskriptif

Data deskriptif adalah data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Hal itu disebabkan oleh adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. (Moleong, 2009:11)

Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan demikian, peneliti menganalisis

data yang sangat kaya tersebut, dan sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Hal itu hendaknya dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian ditelaah satu demi satu. Pertanyaan dengan kata tanya *mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya* akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu sudah memang demikian adanya.

Menurut Moh. Nazir dalam bukunya Metode Penelitian, metode deskriptif adalah suatu dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set 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 antarfenomena yang diselidiki.

Menurut Whitney (1960), “metode deskriptif adalah pencarian fakta dengan interpretasi yang tepat” (Moh. Nazir, 2009:54). Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk tentang hubungan, kegiatan-kegiatan, sikap-sikap, pandangan-pandangan, serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh-pengaruh dari suatu fenomena. Ditinjau dari masalah yang diselidiki, teknik dan alat yang digunakan dalam meneliti, serta tempat dan waktu penelitian

dilakukan, dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis pendekatan deskriptif dengan jenis analisis pekerjaan dan aktivitas.

3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data

3.2.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang, benda ataupun lembaga (organisasi) yang sifat keadaannya (“atribut”-nya) akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang di dalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.

Dalam penelitian ini, yang menjadi subjek penelitian adalah GETGIOVIDEO sebagai pembuat iklan dan Nutritional Division PT. SHANGHIANG PERKASA (Kalbe).

3.2.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat keadaan (“attributes”) dari sesuatu benda, orang, atau keadaan, yang menjadi pusat perhatian atau sasaran penelitian. Sifat keadaan dimaksud bisa berupa sifat, kuantitas, dan kualitas (benda, orang, dan lembaga), bisa berupa perilaku, kegiatan, pendapat, pandangan penilaian, sikap pro-kontra atau simpati-antipati, keadaan batin, dan sebagainya. (orang), bisa pula berupa proses dan hasil proses (lembaga).

Dalam penelitian ini, yang menjadi objek penelitian adalah Proses produksi dari iklan kartu *Kalbe Family Rewards card* yang diproduksi oleh GETGIOVIDEO.

3.2.3 Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kantor Getgio Production House yang bertempat di Jl. Cikutra Baru No. 4 Kota Bandung 40124 Telp: 085624687198 *Website*: www.getgio.com dan Nutritional Division PT. SHANGHIANG PERKASA (Kalbe).

3.2.4 Sumber Data

Sumber data yang diperoleh untuk penelitian ini adalah wawancara narasumber dari GETGIOVIDEO sebagai produsen “iklan kartu *Kalbe Family Rewards card*” dan Nutrisional Division PT. SHANGHIANG PERKASA (Kalbe). Di sini penulis memilih tiga orang sebagai narasumber, yaitu:

1. Hezron S. Sembiring, alasan penulis memilih beliau sebagai narasumber dikarenakan beliau sebagai Produser dari tim produksi iklan kartu *Kalbe Family Rewards card* oleh GETGIOVIDEO, yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.
2. Tony Januardi, alasan penulis memilih beliau sebagai narasumber dikarenakan beliau merupakan *Script Writer* sekaligus editor tim produksi iklan kartu *Kalbe Family Rewards card* oleh GETGIOVIDEO yang merupakan narasumber penting pada penelitian ini.
3. Rade Tambulon, alasan penulis memilih beliau sebagai narasumber dikarenakan beliau sebagai *Head of digital marketing Kalbe Family*, yang merupakan narasumber penting karena bertanggung jawab

terhadap produksi iklan kartu *Kalbe Family Rewards Card*. Sehingga cocok menjadi *key informan* pada penelitian ini.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada dasarnya merupakan suatu kegiatan operasional agar tindakannya masuk pada pengertian penelitian yang sebenarnya. Pencarian data di lapangan mempergunakan alat pengumpul data yang sudah disediakan secara tertulis ataupun tanpa alat yang hanya merupakan angan-angan tentang sesuatu hal yang akan dicari di lapangan, sudah merupakan proses pengadaan data primer (Subagyo, 2006:37).

1. Wawancara

Salah satu metode pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, yaitu suatu kegiatan dilakukan untuk mendapatkan informasi secara langsung dengan menggunakan pertanyaan-pertanyaan pada responden. Wawancara bermakna berhadapan langsung antara *interviewer* dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan (Subagyo, 2006:39).

2. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah segala usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang relevan dengan topik atau masalah yang diteliti oleh penulis. Pengumpulan data juga dilakukan dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat, pokok-pokok yang terdapat

dalam buku, karya tulis ilmiah dan relevan dengan pembahasan masalah yang diteliti (Moleong, 2014:186).

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data, menurut Patton (1980:268), adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Ia membedakannya dengan penafsiran, yaitu memberikan arti yang signifikan terhadap analisis, menjelaskan pola uraian, dan mencari hubungan di antara dimensi-dimensi uraian. Bogdan dan Taylor (1975:79) mendefinisikan analisis data sebagai proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan oleh data dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan pada tema dan hipotesis itu. (Moleong, 2001:103)

Analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan mengumpulkan data melalui wawancara kepada tiga narasumber yang berhubungan dengan proses produksi iklan kartu *Kalbe Family Rewards card* di antaranya Hezron S. Sembiring, Tony Januardi, dan Rade Tambulon dan studi kepustakaan. Selanjutnya memproses data yang sudah didapatkan dari wawancara dan studi kepustakaan dengan mendeskripsikan proses produksi iklan kartu *Kalbe Family Rewards card* dari tahap pra produksi, tahap produksi hingga tahap pasca produksi menggunakan metode deskriptif dengan landasan teori dari Rhenald Kasali. Setelah itu disimpulkan dari hasil proses produksi iklan kartu *Kalbe Family Rewards Card*.

3.5 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber*, *metode*, *penyidik* dan *teori*. berikut penjelasannya (Moleong, 2014:330).

1. Triangulasi dengan *sumber* berarti membandingkan dan mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui alat dan waktu yang berbeda dalam penelitian kualitatif.
2. Triangulasi dengan *metode* ini terdapat dua jenis strategi yaitu pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.
3. Triangulasi *penyidik* yaitu dengan cara memanfaatkan pengamat lainnya untuk melakukan pengecekan ulang terhadap derajat kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemelencengan dalam pengumpulan data.
4. Triangulasi dengan *teori* menurut Lincoln dan Guba menyatakan bahwa anggapan bahwa fakta tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Tetapi Patton berpendapat lain yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakan penjelasan banding.

3.6 Gambaran Umum Perusahaan



GETGIOVIDEO
CREATIVE MOTION

Gambar 3.1
Logo GETGIOVIDEO

Getgio merupakan salah satu studio yang bergerak di bidang Production House dan memberi pelayanan dalam pelaksanaan program komunikasi pemasaran atau periklanan.

Definisi Periklanan yaitu Pengiklanan terdiri dari semua kegiatan yang terlibat dalam perjanjian suatu pesan yang non personal (tidak tertuju kepada seseorang tertentu) disuarakan oral atau visual dan dibiayai secara terbuka untuk produk jasa atau ide. (Stanton 1993:186) dan definisi Periklanan yang dikemukakan oleh (Kotler 1993:414) yaitu “Periklanan merupakan segala bentuk peyajian dan promosi nonpersonal dari ide-ide, barang dan jasa yang dilakukan lewat media bayaran dengan sponsor yang jelas”.

Dari definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa periklanan merupakan alat komunikasi tidak langsung dalam bentuk non personal baik lisan dan visual melalui media komunikasi masa yang intinya menarik perhatian para konsumen dengan tujuan meningkatkan penjualan barang jasa yang dibiayai oleh sponsor, adapun penyajiannya merupakan pesan sponsor.

3.6.1 Sejarah

Getgio adalah studio yang bergerak dalam bidang Production House. Awal berdirinya Getgio bermula dari pendirinya yang senang memproduksi dalam bidang *videography*, *photography* dan animasi yang memutuskan untuk membuat studio dalam dunia kreatif. Nama Getgio sendiri diambil dari “Get your Good Video” yang berarti kami bisa memberikan karya terbaik untuk anda.

Getgio bergerak dalam bidang Production House yang berdiri sejak bulan Januari tahun 2012. Sampai saat ini sudah ada Brand terkenal perusahaan global yang sedang dikelola oleh Getgio khususnya dalam *Videography*, *photography* dan animasi. Bagi Getgio sendiri untuk Video, Photo & animasi tidak sekedar visual tetapi juga meliputi komunikasi, pengelolaan merek, strategi pengembangan merk atau produk, dan juga kepribadian merek.

3.6.2 Visi

1. Kami bekerja dengan jujur, dan solusi inovatif.
2. Kami bekerja untuk membangun masa depan yang lebih baik setiap hari.

3.6.3 Misi

1. Memproduksi kualitas kerja dengan kepuasan pelanggan yang sangat baik.
2. Membangun sumber daya manusia yang profesional atas dasar nilai-nilai spiritual, tangkas, tepat, pekerja keras dan bertanggung jawab sebagai landasannya.