

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami apa yang tersembunyi di balik fenomena yang kadangkala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui atau dipahami.

Menurut Ronny Kountur dalam bukunya Metode Penelitian (2004:16), "metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya merupakan data kualitatif, umumnya dalam bentuk narasi atau gambar-gambar." Adapun penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2004:4) adalah "metodologi kualitatif sebagai 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 dan individu tersebut secara holistic (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Sementara itu, Kirk dan Miller (1986:9), penelitian kualitatif didefinisikan sebagai "Tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan pada manusia dalam kawasannya sendiri dan berhubungan dengan orang-orang

tersebut dalam bahasanya dan dalam peristilahannya”. Kemudian, dalam bukunya *Metode Penelitian Naturalistik/Kualitatif*, Nasution menyatakan istilah naturalistik dan metode kualitatif memiliki pengertian yang sama. Penelitian kualitatif pada hakekatnya ialah “mengamati orang dalam lingkungan hidupnya, berinteraksi dengan mereka, berusaha memahami bahasa dan tafsiran mereka tentang dunia sekitarnya” (Nasution, 2003: 11).

Berbeda dengan penelitian kuantitatif, penelitian kualitatif tidak mengandalkan bukti atau data berdasarkan logika matematis, prinsip angka, atau statistik. Penelitian kualitatif bertujuan mempertahankan bentuk dan isi perilaku manusia dan menganalisis kulaitas-kualitasnya, alih-alih mengubahnya menjadi entitas-entitas kuantitatif (Mulyana, 2003:150).

Perbedaan yang terdapat antara penelitin kualitatif dan penelitaian kuantitatif, diperjelas oleh Chaedar Alwasilah dalam makalah berjudul *karakteristik Rancangan Penelitian Kualitatif* (2003), seperti yang terlihat dalam tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Perbandingan Metode Kualitatif Dengan Metode Kuantitatif**

<b>Aspek</b>	<b>Kualitatif</b>	<b>Kuantitatif</b>
Fokus Penelitian	Kualitas (hakikat, Esensi)	Kualitas (betapa banyak)
Akar filsafat	Fenomenologi, interaksi simbolik	Positivisme, empirisme logis
Fase terkait	Kerja lapangan, etnografi, naturalistik, <i>grounded</i> , subjektif	Eksperimen, empiris, statistik
Tujuan	Pemahaman, deskriptif, temuan, pemunculan hipotesis	Prediksi, kontrol, deskripsi, konfirmasi, pembuktian hipotesis
Desain	Kenyal, berevolusi, mencuat	Ditentukan, terstruktur
Latar	Alami, akrab	Tidak akrab, buatan
Sample	Kecil, tidak acak	Besar, acak
Pengumpulan data	Peneliti sebagai instrumen inti, wawancara, observasi	Tes, survey, kuisioner
Modul analisis	Induktif	Deduktif
Temuan	Komperhensif, holistik	Persis, sempit

Penelitian kualitatif bersifat multi metoda dalam fokusnya, menggunakan pendekatan naturalistik interpretatif kepada subjek yang akan diteliti. Hal ini berarti bahwa penelitian kualitatif mempelajari apapun di dalam *setting* alamiahnya, dengan berusaha memberikan makna atau menafsirkan fenomena menurut makna yang diberikan orang kepadanya.

## 3.2 Subjek-Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data

### 3.2.1 Subjek Penelitian

Faisal (1990:168) dengan mengutip pendapat Spradley mengemukakan bahwa, sampel sebagai sumber data atau sebagai informan sebaiknya yang memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Mereka yang menguasai atau memahami sesuatu melalui proses enkulturasi, sehingga sesuatu itu bukan sekedar diketahui, tetapi juga dihayati.
2. Mereka yang tergolong masih sedang berkecimpung atau terlibat pada kegiatan yang tengah diteliti.
3. Mereka yang mempunyai waktu yang memadai untuk dimintai informasi.
4. Mereka yang tidak cenderung menyampaikan informasi hasil “kemasannya” sendiri.
5. Mereka yang pada mulanya tergolong “cukup asing” dengan peneliti sehingga lebih menggairahkan untuk dijadikan sebagai guru atau narasumber.

Dari semua uraian yang telah disebutkan di atas, penulis menetapkan sampel atau yang menjadi *key informan* atau subyek dalam penelitian ini adalah:

#### 1. *Owner* Geoff

*Owner* atau pemilik adalah orang yang mempunyai perusahaan atau sekelompok orang yang memiliki ide untuk memulai suatu bisnis dengan mengorganisasikan, mengelola, dan mengasumsikan resiko suatu bisnis yang dihadapi mulai dari permulaan bisnis. Oleh karena itu, ketika terjadi sesuatu pada perusahaan seperti hal ini *rebranding*, maka seorang *Owner* pasti sangat mengetahui sekali sebab atau alasan-alasan terjadinya *rebranding* dalam distro Geoff.

## 2. *Marketing*

*Marketing* merupakan pihak yang melaksanakan proses *Rebranding* Geoff atau merupakan bagaian dari perusahaan yang berperan penting dalam menentukan kemajuan perusahaan tersebut. Oleh karena itu, bidang pemasaran memiliki fungsi untuk menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Karena setiap perusahaan memiliki divisi *marketing* pasti selalu berhubungan dengan perusahaan, ketika terjadi sesuatu seperti *rebranding*, *marketing* mengetahui terjadinya *rebranding* tersebut.

## 3. *Production*

*Production* adalah salah satu kegiatan yang berhubungan erat dengan kegiatan ekonomi. Melalui proses produksi bisa dihasilkan berbagai macam barang yang dibutuhkan oleh manusia. Produksi diharuskan juga mengetahui hal-hal yang ada pada perusahaan.

### 3.2.2 Objek Penelitian

Yang dimaksud obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia, 1989 : 622). Objek peneitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti (Suprpto, 2000 : 21). Objek penelitian ini adalah Distro Geoff.

Menarik dan simpel, itulah yang mungkin terlihat dari sebuah distro yang sudah dikenal namanya yaitu Geoff. Banyak sejarah yang

mewarnai Geoff sehingga sampai dikenal namanya bukan di Bandung, tetapi juga di seluruh Indonesia bahkan di beberapa Negara Asia.

Giov adalah salah satu *brand* sepatu, pakaian dan jaket anak muda yang lahir pada tanggal 1 Januari 2011 yang cukup terkenal di Bandung bahkan terkenal di beberapa kota besar di Indonesia. Yang menjadi ciri khas dari Giov adalah produk yang dibuat memiliki desain tersendiri dan memiliki corak yang unik yang menggunakan konsep propaganda dalam setiap desainnya dan Giov ini lebih fokus kepada sepatu dibandingkan dengan kaos atau jaket. Giov selalu *up to date* artinya barang yang sudah diproduksi sudah sesuai stok jadi setiap barang yang habis persediaannya tidak akan diproduksi lagi akan diganti dengan desain yang baru dan tetap mempertahankan ciri khas dan corak yang unik.

Pada pertengahan tahun 2011 menjadi titik paling penting untuk sejarah Giov karena di tahun ini bisnis *clothing* sangat berkembang pesat. Salah satunya berkat even-even *underground* mereka gelar, mereka bisa mendirikan *outlet* sendiri dan mengikuti even distro atau *clothing* yang tiap taunnya selalu digelar di beberapa kota di Indonesia.

Pada awal tahun 2012 adalah tahun yang bersejarah karena Giov membuat keputusan yang berani dan mengejutkan untuk industri kreatif *fashion* terutama di Bandung, yaitu *rebranding* dari Giov menjadi Geoff. Keputusan yang diambil ini dianggap sangatlah berani

karena *brand* Giov ini produknya sedang digemari seperti sepatu, kaos dan jaket oleh masyarakat Indonesia terutama di Bandung, dan sangat membahayakan eksistensi Giov dalam industri *fashion*.<sup>4</sup>



Sumber: [www.geoff.mx](http://www.geoff.mx)

### Gambar 3.1 Logo Geoff

Nama Geoff sendiri lahir pada tanggal 25 Desember 2012, terinspirasi oleh *skateboarder* terkenal Geoff Rowley yang berasal dari Inggris bahkan Geoff Rowley sudah dibuat *games* nya dan akhirnya diambilah nama Geoff nama yang bagus tidak pasaran dan nama tersebut sudah melekat di kalangan *skateboarder* di seluruh dunia. "*Let's kick the world ass*" begitulah *tagline* dari label ini, semangat untuk tidak manja semangat untuk bisa kreatif semangat untuk bisa membawa kita ke arah yang positif dan dimasukannya "*let's ass*" artinya mengajak bersama-sama semangat anak muda untuk menendang kejamnya dunia.

<sup>4</sup> [www.geoff.mx](http://www.geoff.mx)

### 3.2.3 Wilayah Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor Geoff yang bertempat di Jl. Waas Komplek Bank Duta Blok B22 Batununggal – Bandung Jawa Barat Telp: (022) 7543349.

### 3.2.4 Sumber Data

#### 3.2.4.1 Data Primer

Menurut Umar (2003 : 56), data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Metode wawancara mendalam atau *in-depth interview* dipergunakan untuk memperoleh data dengan metode wawancara dengan narasumber yang akan diwawancarai.

Wawancara akan dilakukan peneliti adalah wawancara dengan pedoman wawancara. Wawancara dengan penggunaan pedoman (*interview guide*) dimaksudkan untuk wawancara yang lebih mendalam dengan memfokuskan pada persoalan – persoalan yang akan diteliti. Pedoman wawancara biasanya tak berisi pertanyaan – pertanyaan yang mendetail, tetapi sekedar garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapatkan dari narasumber yang nanti dapat disumbangkan dengan memperhatikan perkembangan konteks dan situasi wawancara.

Data primer kualitatif diambil dengan wawancara mendalam dengan pihak *Owner* Distro Geoff untuk mendapatkan data-data



strategi *rebranding* distro Geoff pasca *rebranding* dan mendapatkan apa penyebab perubahan yang terjadi pada distro Geoff Bandung.

#### **3.2.4.2 Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2005 : 62), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data ini diperoleh dengan menggunakan studi literatur yang dilakukan terhadap banyak buku dan diperoleh berdasarkan catatan-catatan yang berhubungan dengan penelitian, selain itu peneliti mempergunakan data yang diperoleh dari internet.

### **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. Studi Kepustakaan**

Studi kepustakaan merupakan sesuatu kegiatan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber, seperti buku yang memuat berbagai ragam kajian teori yang sangat dibutuhkan peneliti, majalah, naskah, kisah sejarah, dan dokumen. Termasuk di dalamnya adalah rekaman

berita dari radio, televisi, dan media elektronik lainnya (Maryati dan Suryawati, 2006:129).

Dalam konteks penelitian ini, studi kepustakaan merupakan teknik pengumpulan data utama yang berupa Strategi *Rebranding* Geoff.

## 2. 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 *interviewers* dengan responden, dan kegiatannya dilakukan secara lisan. (Subagyo, 2006:39)

Dalam konteks penelitian ini, wawancara adalah sebagai data sekunder untuk melengkapi penelitian. Wawancara dilakukan dengan *owner* Geoff Yusuf Ramdhani dan Marketing dari Geoff Bandung.

### 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 studi keputusan yaitu meneliti strategi *rebranding* Geoff untuk meningkatkan minat konsumen dan wawancara dengan *owner* Geoff Yusuf Ramdhani dan Marketing dari Geoff Bandung.

Kemudian selanjutnya memproses data yang sudah didapatkan dari studi kepustakaan dan wawancara dengan suatu studi kasus tentang *rebranding* Geoff dengan menggunakan metodologi studi kasus.

### 3.5 Uji Keabsahan Data

Triangulasi adalah pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data itu. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan *sumber, metode, penyidik, dan teori*.

Triangulasi dengan *sumber* berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton 1987:331). 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 seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan; (5) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Pada triangulasi dengan *metode*, menurut Patton (1987:329), terdapat dua strategi, yaitu: (1) pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan (2) pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama.

Teknik triangulasi jenis ketiga ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat data kepercayaan data. Pemanfaatan pengamat lainnya membantu mengurangi kemencengan dalam pengumpulan data.

Di pihak lain, Patton (1987:327) berpendapat lain, yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanations*). (Moleong, 2001:178-179)