

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk memperoleh informasi tentang bagaimana komunikasi pemasaran Digital Raja Rumah Bekasi di masa pandemi Covid-19. Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah jenis penelitian kualitatif bertujuan untuk meringkas berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas yang tengah terjadi di masyarakat yang menjadi objek penelitian, dan berupaya menarik relitas itu ke permukaan sebagai suatu ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran tentang kondisi, situasi ataupun fenomena (Bungin,2012:68).

Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian yang digunakan penulis adalah metode deskriptif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan atau melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang, berdasarkan fakta yang tampak sebagaimana adanya. Metode deskriptif memusatkan perhatian pada penemuan-penemuan fakta (*fact finding*) (Nawawi, 1996:73).

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif yaitu suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku yang dapat diamati dari orang (subyek) itu sendiri. (Arif Furchan, 1992, hal. 21) Metode yang digunakan adalah metode kualitatif adalah pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.

Objek penelitian yang digunakan fokus penelitian pada penelitian ini adalah Strategi Komunikasi pemasaran digital Raja Rumah Bekasi dalam melakukan pemasaran di masa pandemi covid 19. Penelitian ini difokuskan di Kota Bekasi yang mempunyai masyarakat padat pemukiman yang bisa di pasarkan secara khusus di kota Bekasi sendiri. Adapun ciri-ciri dari penelitian kualitatif adalah sebagai berikut:

- a. Bersifat alamiah, penelitian kualitatif dilakukan pada latar alamiah atau konteks dari suatu keutuhan. Hal ini dilakukan karena sifat alamiah menghendaki adanya kenyataan- kenyataan sebagai keutuhan yang tidak dapat dipahami jika dipisahkan dari konteksnya.

- b. Manusia sebagai alat (instrument), dalam penelitian kualitatif, peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan salah satu sarana pengumpulan data yang utama.
- c. Metode kualitatif, metode yang digunakan yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.
- d. Lebih mementingkan proses daripada hasil, hal ini disebabkan oleh adanya hubungan bagian-bagian yang sedang diteliti akan jauh lebih jelas apabila diamati dalam proses. (Lexy J. Moleong, 2006:8-11).

3.1.2 Jenis Penelitian

Berdasarkan penelitian ini digolongkan ke dalam jenis penelitian studi kasus. Secara teknis studi kasus adalah suatu penelitian yang mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang, dengan adanya pandemi Covid 19 penjualan perumahan mengalami penurunan signifikan yang sangat melesat anjlok, Sebagai pihak *property* banyak melakukan trik marketing demi bisa bersaing dengan yang lainnya.

Studi kasus juga dikenal sebagai studi yang bersifat komprehensif, intens, rinci, dan mendalam serta lebih diarahkan sebagai upaya menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer atau kekinian. Secara umum studi kasus memberikan akses atau peluang yang luas kepada peneliti untuk menelaah secara mendalam, detail, intensif, dan menyeluruh terhadap unit sosial yang diteliti (Burhan Bungin, 2003:20) Adapun yang menjadi penelitian ini adalah

“Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Raja Rumah Bekasi di Masa Pandemi Covid-19”.

3.2 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah seperangkat kriteria untuk menetapkan ke dalam kategori sehingga dapat mengklasifikasikan gejala yang diamati dan berguna secara teoritis (Ritonga, 2014:25). Berikut definisi yang dijadikan pedoman dalam penelitian ini :

1. Komunikasi Pemasaran, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah proses Raja Rumah Bekasi membujuk, memberitahu secara langsung maupun tidak langsung (Pemasaran Digital) kepada calon konsumen.
2. Bauran Pemasaran, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Raja Rumah Bekasi melakukan menyusun empat komponen penting dalam strategi komunikasi pemasaran.

3. Pemasaran Digital, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah pemasaran yang menggunakan media digital sebagai wadah yang dapat menjangkau konsumen secara tepat waktu, pribadi, dan relevan pada masa pandemi Covid19 ini agar lebih efisien.
4. Website, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah media komunikasi yang memungkinkan pihak Raja Rumah Bekasi menyediakan informasi, memengaruhi sikap, dan dapat diakses menggunakan handphone atau pun komputer.
5. A.I.S.A.S merupakan model proses respon komunikasi pemasaran terbaru yang didapat dari perkembangan teknologi yang dikemukakan oleh agen periklanan Bernama Denstu ditahun 2004. AISAS dibuat untuk melihat adanya perubahan perilaku dari target audiens setelah dilakukan pendekatan secara efektif khususnya melalui kemajuan teknologi internet
6. Media sosial, yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Peluang pemasaran, yang dilakukan Raja Rumah Bekasi menawarkan sistem periklanan dengan sangat fokus ke kelompok masyarakat atas dasar informasi profil yang didapatkan dari media sosial.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data adalah sekumpulan bukti atau fakta yang dikumpulkan dan disajikan untuk tujuan tertentu. (Pabundu Tika, 2006:57), Data juga dapat diartikan sebagai semua keterangan yang diperoleh dari orang yang dijadikan informan maupun yang berasal dari dokumen-dokumen baik dalam bentuk statistik atau dalam bentuk lainnya guna keperluan penelitian. Sumber data utama penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen. (Usman & Setiady Akbar. Hal. 37) Berkaitan dengan hal itu pada bagian ini jenis datanya dibagi dalam kata-kata, tindakan, dan sumber data tertulis. Maka data yang dikumpulkan dalam penelitian ini adalah hasil kegiatan yang berkaitan secara langsung dengan pelaksanaan penelitian. Adapun sumber data yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati, dicatat, untuk pertama kali. Data ini berasal dari *Key Informan* dan Informan. Data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer

didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

1. Observasi

Observasi merupakan “pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian” Hasil observasi akan berupa teks, gambar atau foto, video, rekaman suara dan sebagainya. Berbagai bentuk data tersebut bisa menjadi data pokok dalam penelitian kualitatif (Widoyoko, Eko Putro, 2014:46)

2. Wawancara Mendalam

Wawancara adalah metode pengambilan data dengan cara menanyakan sesuatu kepada seseorang yang menjadi informan atau responden. Teknik wawancara mendalam atau in-depth interview hampir selalu menjadi senjata utama pengumpulan data primer riset kualitatif. Transkrip hasil wawancara mendalam adalah teks yang digunakan sebagai data pokok (Afifuddin, 2009:131). Choirul *digital marketing* Raja Rumah Bekasi diwawancarai mendalam mengenai penjualan property di pandemi covid 19.

3. Dokumentasi

Dokumentasi ialah teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menelusuri data-data historis. Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu (Sugiyono, 2003:240). Berdasarkan penjelasan ahli maka dapat disimpulkan bahwa metode dokumentasi merupakan cara mengumpulkan data yang dilakukan dengan menyelidiki benda-benda tertulis dan mencatat hasil temuannya. Dalam penelitian ini bukti pendukung hasil wawancara, peneliti memperoleh dokumentasi berupa foto kegiatan online di halaman web dan facebook Raja Rumah.

B. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua setelah data primer. Walaupun dikatakan bahwa sumber di luar kata dan tindakan merupakan sumber kedua, jelas hal itu tidak bisa diabaikan. Dilihat dari segi sumber data, bahan tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah, sumber dari arsip, dokumen pribadi dan dokumen resmi. (Burhan, hal. 13)

Adapun data yang termasuk data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan prosedur pelaksanaan “Strategi Komunikasi Pemasaran *Digital* Raja Rumah Bekasi di Masa Pandemi Covid-19” terkait dengan bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

3.3.1 Key Informan

Penentuan key informan penting dilakukan untuk memperoleh informasi yang mendalam yang akan menjadi pedoman dalam penarikan sampel. Pada penelitian ini, key informan diambil yang sesuai dengan kriteria masalah penelitian.

Tabel 3.1 Kategori Key Informan (Sumber: Data Pribadi Peneliti, 2021)

NO	Nama Dan Jabatan	Jenis Informan
1	CHOIRUL (<i>Digital marketing</i> Raja Rumah)	<i>Key Informan</i>

Choirul menjabat sebagai *digital marketing* Raja Rumah Bekasi. Bertugas untuk menjangkau target pasar melalui platform digital seperti website, Facebook, market place dll. *Digital Marketing* juga memiliki peran untuk membangun *brand awareness* produk atau jasa yang kita tawarkan.

3.3.2 Informan

Informan adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Dalam hal ini informan penggalan informasi sekunder.

Tabel 3.2 Tabel Informan

No	Nama Dan Jabatan	Jenis Informan
1	Andi	Informan
2	Anisa	Informan
3	Siska	Informan

Informan adalah subjek yang memahami informasi objek penelitian sebagai pelaku maupun orang lain yang memahami objek penelitian. Dalam hal ini informan hanya sebatas penggalian informasi sekunder dan pertanyaan utama tentang penelitian hanya ditanyakan kepada *key informan*.

Andi adalah *Head Office* yang bertanggung jawab terhadap kegiatan yang dilakukan oleh Raja Rumah Bekasi. Bekerja selama 4 tahun menjadi Head Office yang bertanggung jawab dalam handle setiap aktifitas yang dilakukan Raja Rumah Bekasi. Tugas yang dimilikinya adalah mengorganisir seluruh File dan dokumen Perusahaan juga hubungan dengan klien, maupun urusan keuangan dan pemasaran. Membantu dalam Pengolahan data yang dibutuhkan oleh Pimpinan sehingga memudahkan dalam melakukan Analisa atas data, untuk Pengambilan Keputusan.

Anisa dan Siska merupakan salah satu *Sales Marketing* yang sudah 2 tahun menjabat sebagai Sales Executive juga merupakan Admin Sosial Media dan *market place Raja Rumah Bekasi Bekasi*. Bertugas melakukan aktifitas pemasaran, promosi, menginformasikan, mengupdate tentang semua kegiatan yang ada diperusahaan Raja Rumah Bekasi, dan menjadi pemandu saat pembeli bertemu penjual hingga proses transaksi. memberikan informasi aktual seputar kondisi dan harga pasaran properti terkini di era covid 19, membuat daftar properti yang tepat, berdasarkan kisaran harga dan kebutuhan

3.4 Keabsahaan Data

Keabsahan data merupakan padanan dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi penelitian kuantitatif dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri (Zuldafrial, 2012:89) Terdapat empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan untuk mencapai keabsahan, yaitu Triangulasi data dengan

menggunakan berbagai sumber data, Triangulasi pengamat melakukan pengamatan diluar dari peneliti yang turut memeriksa hasil pengumpulan data, triangulasi teori dengan menggunakan berbagai teori yang berlainan untuk memeriksa bahwa data-data yang terkumpul telah memenuhi syarat, dan yang terakhir triangulasi metode yakni penggunaan berbagai metode untuk meneliti suatu hal (Afifuddin, 2009:143). Kesamaan penelitian dengan teori yang ingin dipakai keabsahan data dengan mengumpulkan data – data yang detail tentang komunikasi pemasaran digital di Raja Rumah Bekasi secara spesifik.

3.5 Teknik Analisis Data

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, maka data yang digunakan adalah teknik analisis data kualitatif. Peneliti mengacu pada metode analisis data yang digunakan adalah analisis model Miles & Huberman dimana bahwa analisis data meliputi tiga alur kegiatan, yaitu (Emiriz,2012:129):

1. Reduksi Data (*reduction*)

Reduksi data merupakan langkah atau proses pemilihan, perumusan, penyederhanaan, pengabstrakan, transparansi data kasar yang muncul dari catatan lapangan dan menonjolkan padahal yang penting sehingga lebih mudah dikendalikan atau untuk mempertajamkan data yang diperoleh (Matthew B. Milles,1992). Oleh karena itu, langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti adalah melakukan perampangan data dengan cara memilih data yang penting kemudian menyederhanakan dan mengabstraksikan.

Reduksi data dalam penelitian ini, peneliti melakukan proses *living in* (data yang terpilih) dan *living out* (data yang terbuang) baik dari hasil pengamatan, wawancara, maupun dokumentasi. Proses reduksi data ini tidak dilakukan pada akhir penelitian saja, tetapi dilakukan secara terus- menerus sejak proses pengumpulan data berlangsung, karena reduksi data ini bukanlah suatu kegiatan yang terpisah dan berdiri sendiri dari proses analisis data, akan tetapi merupakan bagian dari proses analisis itu sendiri (Sugiyono,2009). Dengan pengumpulan data dengan wawancara dan observasi mendalam demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data agar mudah dan mencarinya jika diperlukan.

2. Penyajian data (*display data*)

Penyajian data merupakan suatu proses pengorganisasian data sehingga mudah dianalisis dan disimpulkan. (*Ibid.*, 91.) Penyajian data dalam penelitian ini berbentuk uraian narasi serta dapat diselingi dengan gambar, skema, matriks, tabel, rumus, dan lain-lain. Hal ini disesuaikan dengan jenis data yang terkumpul dalam proses pengumpulan data, baik dari hasil observasi partisipan, wawancara mendalam, maupun dokumentasi.

Penyajian data dapat memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dari data tersebut. Data yang disajikan dalam penelitian adalah data yang sebelumnya sudah dianalisis, tetapi analisis yang dilakukan masih berupa catatan untuk kepentingan peneliti sebelum disusun dalam bentuk laporan.

3. Penarikan kesimpulan (*verification*)

Penarikan kesimpulan merupakan langkah ketiga dalam proses analisis. Kesimpulan yang pada awalnya masih sangat tentatif, kabur, dan diragukan, maka dengan bertambahnya data menjadi lebih *grounded*. Kegiatan ini merupakan proses memeriksa dan menguji kebenaran data yang telah dikumpulkan sehingga kesimpulan akhir didapat sesuai dengan fokus penelitian. (Rineka Cipta, 1998:3)

Simpulan ini merupakan proses *re-check* yang dilakukan selama penelitian dengan cara mencocokkan data dengan catatan-catatan yang telah dibuat peneliti dalam melakukan penarikan simpulan-simpulan awal. Karena pada dasarnya penarikan simpulan sementara dilakukan sejak awal pengumpulan data. Data yang telah diverifikasi, akan dijadikan landasan dalam melakukan penarikan simpulan dengan mendalami wawancara dengan pihak Raja Rumah Bekasi mengenai terkena dampaknya di bidang property di era pandemi covid 19.

Simpulan awal yang telah dirumuskan dicek kembali (verifikasi) pada catatan yang telah dibuat oleh peneliti dan selanjutnya menuju ke arah simpulan yang mantap. Simpulan merupakan intisari dari hasil penelitian yang menggambarkan pendapat terakhir peneliti. Simpulan ini diharapkan memiliki relevansi sekaligus menjawab fokus penelitian yang telah dirumuskan.