

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma *Post-Positivisme*, hal ini sesuai tujuan peneliti yang ingin memahami perencanaan strategi produksi iklan digital dalam mempertahankan loyalitas *advertiser*. Menurut Creswell (2014) paradigma post-positivis menekankan pada logika deduktif, tetapi membuka ruang bagi peneliti untuk mempertimbangkan bias, refleksi diri, dan kontekstualisasi data. Ini berbeda dari positivisme yang cenderung melihat kebenaran sebagai sesuatu yang absolut.. Adanya kekurangan pada paradigma *Positivisme* menyebabkan lahirnya paradigma *Post Positivisme*. Paradigma post-positivistik juga beranggapan bahwa realitas bersifat subyektif dan jamak serta pengetahuan bersifat tidak bebas nilai. Melihat banyaknya kekurangan pada positivisme, para pendukung post positivisme berupaya memperkecil kelemahan tersebut dan menyesuaikan. Prediksi dan kontrol tetap menjadi tujuan dari post positivisme (Guba, 1990 dalam Putra & Hidayat, 2017). Dengan demikian paradigma ini sesungguhnya memperbaiki kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan pada realitas empiris.

Para pendukung *Post-Positivisme* berupaya mengatasi kelemahan *Positivisme* dan melakukan adaptasi. Namun pada sisi lain *Post-Positivisme* berpendapat bahwa manusia tidak akan mendapatkan kebenaran yang ada dari realitas, jika peneliti membuat jarak dengan realitas atau tidak adanya keterlibatan secara langsung dengan realitas. Paradigma ini secara sadar mengakui bahwa pengetahuan merupakan konstruksi sosial yang akan selalu terbuka terhadap perubahan dan pemahaman yang lebih mendalam.

Hubungan antara penelitian ini dengan cara pandang paradigma *Post-Positivisme* dalam konteks penelitian *strategi produksi iklan digital top genzation untuk menarik minat pengiklan*, berupa hubungan bahwa paradigma ini dapat memberikan landasan filosofis yang kuat untuk peneliti dalam melakukan penelitian, atas dasar alasan-alasan sebagai berikut:

- a. Pemahaman Kompleksitas: Industri radio mempunyai lingkungan yang dinamis dengan berbagai faktor yang saling berkaitan, seperti tren pasar, preferensi pengiklan, dan teknologi. Pendekatan ini memungkinkan peneliti memahami kompleksitas yang ada dan mengeksplorasi hubungan yang rumit antara stasiun radio dengan pengiklan.
- b. Pemahaman yang bersifat Dinamis: Paradigma *Post-Positivisme* secara sadar mengakui bahwa pengetahuan merupakan konstruksi sosial yang akan selalu berkembang. Pada konteks industri radio salah satu aspek yang terus mengalami perubahan adalah peran periklanan digital. Kiranya menjadi hal penting untuk mempunyai pemahaman yang dinamis dan fleksibel tentang strategi produksi iklan digital yang efektif.
- c. Fokus pada Konteks dan Interpretasi: Paradigma *Post-Positivisme* melihat pentingnya konteks dan interpretasi dalam penelitian. Oleh karena itu pada penelitian strategi produksi iklan digital sangat penting dalam memahami konteks industri radio dan bagaimana interpretasi strategi produksi yang dapat bervariasi, merujuk pada pengiklan yang mempunyai tujuan yang berbeda-beda.

Paradigma *Post-positivisme* memberikan landasan filosofis yang kuat untuk penelitian ini, dengan melihat bahwa kompleksitas, dinamika, dan subjektivitas pada industri radio terus menerus mengalami perubahan. Dengan menggunakan pendekatan penelitian kualitatif akan menemukan pemahaman atau hasil penelitian secara mendalam dan relevan terhadap proses produksi yang efektif.

3.2 Pendekatan Penelitian

Pada penelitian ini yang fokus pada strategi produksi iklan, pendekatan yang tepat adalah menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Nasution (Rukajat, 2018), penelitian kualitatif adalah mempelajari orang – orang di lingkungannya, berbicara dengan mereka dan mencoba memahami bahasa dan persepsi mereka terhadap lingkungan sekitarnya. Menurut Kriyantono (2022), penelitian kualitatif dapat digunakan untuk

mendeskripsikan makna sesungguhnya dari fenomena tertentu, sehingga peneliti memerlukan konsentrasi pada proses pengumpulan data.

Penelitian kualitatif itu sendiri adalah persoalan kedalaman (kualitas) data, bukan banyaknya (angka) data. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan statistik melainkan mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data. Penelitian kualitatif berfokus pada pemahaman masalah masyarakat melalui lensa realitas holistik atau alam sekitar (Anggito & Setiawan, 2018).

Peneliti memilih menggunakan pendekatan kualitatif pada penelitian ini yang berfokus pada strategi produksi iklan digital yang dilakukan oleh Prambors Jakarta untuk menarik minat pengiklan, karena data yang akan diperoleh oleh peneliti akan berbentuk data deskriptif. Pendekatan kuantitatif akan dapat membantu peneliti mendapatkan data secara mendalam terkait proses produksi iklan digital yang dilakukan oleh Prambors Jakarta, hal tersebut akan mempengaruhi tumbuhnya minat pengiklan untuk memasang iklan.

3.3 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus, yaitu metode yang memfokuskan penelitian terhadap objek tertentu yang ditentukan oleh peneliti, maksud dari objek merupakan sebuah kasus tersebut. Pada metode ini mensyaratkan harus adanya objek/kasus yang dapat dipandang secara khusus, hal tersebut agar hasil penelitian mampu menggali sebuah substansi yang menyeluruh dan terperinci dari sebuah fakta yang tak terlihat (Pambayun, 2013, p. 245).

Pada metode studi kasus harus dapat memfokuskan pada satu atau beberapa dari fenomena yang ditentukan oleh peneliti dengan maksud untuk memahami secara mendalam yang dilakukan pada peristiwa, hubungan, pengalaman, maupun sebuah proses yang terjadi pada kasus tersebut. Menurut Denscombe metode studi kasus mempunyai 3 jenis, yaitu deskripsi, eksplorasi, dan perbandingan (Pambayun, 2013, p. 249). Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan jenis metode studi kasus deskripsi.

Menurut Kriyantono, metode kualitatif deskriptif merupakan strategi untuk mendeskripsikan sebuah data yang diperoleh secara sistematis, faktual, dan akurat dengan upaya mencari atau menggali secara mendalam dan makna data lebih dalam (Kriyantono, 2022). Deskripsi secara dasarnya adalah melakukan penggambaran sebuah peristiwa yang terjadi ketika suatu kasus sedang berjalan. Penjelasan sebuah kasus dapat diperoleh dengan menceritakan alur sebuah kasus, seperti proses, faktor-faktor, dan dampak yang berkaitan dengan sebuah individu maupun kelompok. Pada metode studi kasus dapat memfokuskan hanya pada satu kasus (*single case*) dan juga lebih dari 1 kasus (*multiple case*). Pada penelitian ini akan berfokus pada satu kasus yaitu Top GenZation Festival *in Collaboration* Prambors, dengan kata lain metode penelitian akan menggunakan metode studi kasus *single case*.

3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di kantor radio Prambors Jakarta, tepatnya berada di Jl. RS. Fatmawati Raya No.7, RT.6/RW.3, Cilandak Bar., Kec. Cilandak, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12430. Waktu Penelitian dilakukan mulai dari bulan Januari 2024 hingga Juni 2024. Penelitian dilakukan dengan cara wawancara secara mendalam terhadap karyawan radio Prambors Jakarta, khususnya divisi digital dan sales, yang mempunyai keterlibatan dalam proses produksi iklan digital Prambors Jakarta. Wawancara dilakukan secara tatap muka atau *virtual meet* dengan menggunakan Zoom. Wawancara virtual dilakukan jika waktu dan tempat informan tidak dapat melakukan sesi wawancara secara tatap muka. Peneliti memilih radio Prambors Jakarta sebagai lokasi penelitian sebab stasiun radio tersebut merupakan radio nasional dan memiliki pendengar dengan segmentasi anak muda, yang biasa disebut sebagai kawula muda.

Berikut periode penelitian yang peneliti buat dengan bentuk tabel, penelitian ini akan dimulai dari Pra-penelitian pada bulan Januari, kemudian proses penyusunan penelitian skripsi akan dilakukan pada bulan Februari hingga bulan Juni 2024. Pada proses penyusunan tersebut, peneliti akan mengumpulkan data dan mengolahnya pada bulan Mei hingga bulan Juni 2024.

Tabel 3. 1 Periode Penelitian

No	Jenis Kegiatan	2024							
		Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Agu
1.	Pra-Penelitian	■							
2.	Menyusun Proposal		■	■					
3.	Pengumpulan Data			■	■				
4.	Pengelohan Data					■			
5.	Analisis Data						■		
6.	Hasil Akhir						■		
7.	Sidang Skripsi							■	
8.	Revisi							■	
9.	Publikasi Penelitian								■

Sumber: Olahan Peneliti Tahun 2024

3.5 Teknik Pemilihan Informan Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan teknik *purposive sampling* dalam menentukan informan untuk mendapatkan data penelitian. Teknik ini merupakan cara pemilihan informan secara khusus dengan berdasarkan maksud dan tujuan penelitian guna mendapatkan data yang sesuai dengan kebutuhan maupun kriteria (Usman & Akbar, 2022). Dengan menggunakan teknik ini akan membantu peneliti dalam menentukan informan sesuai kriteria yang dibutuhkan. Oleh karena itu pemilihan informan kunci di penelitian ini yang ditentukan oleh peneliti, yaitu:

1. Sudah bekerja di radio Prambors dengan masa jabatan minimal 3 tahun.
2. Mempunyai jabatan sebagai *manager* di Divisi Marketing atau sebagai *manager* di Divisi Digital Multimedia Content dan terlibat langsung dalam setiap proses tahap produksi dengan masing-masing tanggung jawab.
4. Berhubungan langsung dengan pengiklan.

Pada penelitian ini terdapat informan pendukung untuk mendapatkan data-data pendukung lainnya. Oleh karena itu, dalam melakukan pemilihan informan pendukung, peneliti membutuhkan informan pendukung dari tim internal produksi Prambors dan juga terdapat pengiklan untuk mendapatkan data yang mempunyai

sudut pandang sebagai pengguna jasa radio Prambors, berikut kriteria untuk informan pendukung:

1. Tim internal Divisi Digital Multimedia Content Prambors.

1. Sudah bekerja di radio Prambors dengan masa jabatan minimal 2 tahun.
2. Mempunyai peran dalam mengerjakan setiap tahap proses produksi, yang merupakan seorang *Produser, designer, videographer*, dan *copywriter*.

2. Pengiklan.

1. Sebagai pihak pengiklan sudah pernah bekerjasama dengan Prambors lebih dari 2 *project*.
2. Mempunyai jabatan sebagai *Account Director*, yang berarti memimpin *project* Top GenZation di Bintang Pratama sebagai agensi periklanan yang menggunakan jasa radio Prambors

Peneliti menentukan informan dari orang yang terlibat langsung dalam setiap tahap proses produksi iklan digital radio Prambors Jakarta. Oleh karena peneliti telah menentukan informan dari pihak radio Prambors Jakarta dalam divisi digital dan sales sebagai berikut:

Tabel 3.2 Informan Kunci dan Informan Pendukung

No	Nama	Usia	Jabatan	Lama Bekerja	Perusahaan	Deskripsi
1.	Adrian Pratama	29	<i>Digital Multimedia Content Manager</i>	3 tahun	Prambors Jakarta	<i>Key Informant</i>
2.	Muhammad Halley	37	<i>Group Head Marketing Prambors</i>	2,5 tahun	Prambors Jakarta	<i>Key Informant</i>
3.	Dylan Chandra	23	<i>Digital Content Producer</i>	2 tahun	Prambors Jakarta	Informan Pendukung
4.	Mochammad Zakifuadi	27	<i>Senior Graphic Designer</i>	4 tahun	Prambors Jakarta	Informan Pendukung
5.	Windy Astuti	51	<i>Account Director</i>	10 tahun	Bintang Pratama	Informan Pendukung

Sumber: Olahan Peneliti Tahun 2024

Peneliti memilih informan-informan tersebut karena mereka mempunyai peran penting serta mempunyai tanggung jawab selama proses produksi iklan digital radio Prambors Jakarta. Sehingga dengan itu informasi dan data yang akan digali maupun dikumpulkan, dapat dipercaya kebenarannya terutama data tentang tentang strategi produksi iklan digital di radio Prambors Jakarta.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini akan dilakukan beberapa cara mengumpulkan dan memperoleh data sesuai topik penelitian. Teknik pengumpulan data yang akan digunakan secara primer dan sekunder, sebagai berikut:

3.6.1 Data Primer

a. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara merupakan salah satu teknik dalam mengumpulkan data pada penelitian kualitatif. Dengan melakukan wawancara peneliti dapat mengeksplorasi persepsi, pendapat, dan pengalaman pribadi oleh informan yang sudah dipilih oleh peneliti. Menurut Pawito (2007), wawancara merupakan sebuah alat dalam mengumpulkan data penelitian yang sangat penting dalam penelitian komunikasi kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek yang berhubungan dengan realitas yang dipilih dalam penelitian. Wawancara dalam penelitian merupakan salah satu metode dalam mengumpulkan data.

Pada teknik wawancara terdapat 3 jenis yaitu wawancara terstruktur, yaitu jawaban dari informan akan dikuantifikasi dan dianalisis secara statistik. Kemudian jenis yang kedua adalah wawancara semi-terstruktur, jenis ini menggabungkan pertanyaan secara terbuka maupun tertutup. Jenis yang terakhir adalah wawancara tidak terstruktur atau biasa disebut dengan wawancara mendalam, jenis ini dilakukan dengan fleksibel tanpa pertanyaan yang bersifat kaku.

Pada penelitian ini peneliti akan menggunakan wawancara mendalam untuk mendapatkan pandangan, pendapat, dan pengalaman dari informan yang sudah dipilih melalui pertanyaan dari peneliti yang sudah dipersiapkan. Teknik ini akan membantu peneliti dalam memahami dan mengetahui strategi produksi iklan digital yang digunakan radio Prambors Jakarta dengan cara memberikan jawaban atas pertanyaan dari peneliti dan dapat memungkinkan adanya pertanyaan lanjutan untuk memperoleh data yang lebih mendalam.

b. Observasi

Observasi adalah salah satu teknik pengumpulan data penelitian kualitatif, teknik ini akan melibatkan dengan cara pengamatan yang sistematis atas fenomena yang diteliti oleh peneliti, yang dimana peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung terhadap perilaku dan interaksi pada konteks alami tanpa manipulasi (Angrosino, 2007).

Pada teknik ini terdapat 3 jenis, yaitu observasi partisipan, observasi non-partisipan, dan observasi terbuka-tertutup. Pada penelitian ini akan menggunakan observasi partisipan dalam memperoleh data dengan cara mencatat, melihat, memahami, dan menyesuaikan dengan berdasarkan pengalaman pribadi peneliti saat berada di lapangan yang sudah ditentukan oleh peneliti. Peneliti akan mengamati proses produksi iklan digital yang dilakukan oleh tim produksi radio Prambors Jakarta.

Penelitian ini peneliti memilih menggunakan observasi partisipasi dalam penelitian ini, dengan teknik tersebut peneliti ingin melakukan pengamatan secara dekat dengan melibatkan peneliti dalam kegiatan produksi iklan digital yang dilakukan oleh Prambors Jakarta, sehingga peneliti akan mendapatkan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder berupa data dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif data dokumentasi didefinisikan sebagai menggunakan dokumen yang tersedia untuk sebagai sumber data. Dokumentasi merupakan data tambahan untuk temuan baru tanpa harus melakukan wawancara maupun observasi. Dokumentasi juga merupakan teknik pengumpulan data dengan tujuan untuk mengumpulkan data dalam mendapatkan informasi yang akan mendukung analisis dan interpretasi, data ini akan berbentuk dokumen yang bersifat publik maupun privat (Kriyantono, 2022).

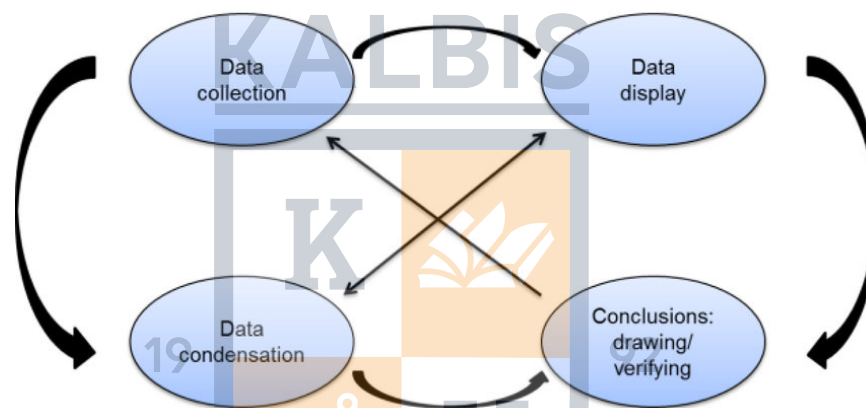
Peneliti mengumpulkan data sekunder dari data primer yang kemudian diolah menjadi 4 jenis yang terdiri dari *Creative Deck*, *Social Media Insight*, media cetak, media digital, dan visual audio untuk data tambahan dan pendukung untuk topik penelitian ini. Data dokumentasi yang dikumpulkan dengan teknik dokumentasi akan membantu peneliti dalam membuktikan maupun sebagai data pendukung dalam penelitian ini.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data pada penelitian kualitatif merupakan tahapan penelitian yang sangat penting untuk mengurai, memahami, dan menginterpretasi data yang sudah diperoleh oleh peneliti. Pengolahan data menjadi kunci utama dalam analisis data agar sesuai dengan topik penelitian, sehingga tujuan dan permasalahan penelitian dapat disimpulkan. Analisis data merupakan sebuah proses dalam mencari dan melakukan penyusunan secara sistematis pada data yang sudah diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi dengan mengelompokkan data tersebut pada kategori, menjabarkan kepada unit-unit, melakukan sintesis, dan menyusun pada pola penelitian, hal ini untuk memilih data yang penting dan yang akan dipelajari, kemudian disimpulkan (Sugiyono, 2015)

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model analisis data kualitatif oleh Miles, Huberman dan Saldana. Analisis model tersebut merupakan proses sistematis yang bertujuan untuk mengorganisir dan menganalisis data

kualitatif yang diperoleh dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Model tersebut akan memfokuskan pada sebuah pemahaman secara mendalam dan terstruktur pada data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti. Peneliti memilih menggunakan model ini untuk dapat melakukan analisis yang mendalam, sistematis, dan kredibel, maka peneliti dapat memberikan wawasan yang berguna untuk akademis maupun praktisi dari hasil penelitian ini. Dengan model ini akan membantu peneliti dalam pengolahan dan interpretasi data yang sudah diperoleh, sehingga data yang sudah dikumpulkan dapat diproses dan diverifikasi hasilnya. Teknik analisis ini dilakukan dengan melalui 4 tahap, yaitu sebagai berikut:



Gambar 3. 1 Bagan Analisis data model Miles, Huberman, & Saldana

Sumber: *Qualitative data analysis: A methods sourcebook (3rd ed.)* (2015)

3.7.1 Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Tahap ini merupakan tahap awal dalam penelitian, tahap ini adalah pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengumpulan data perlu dilakukan dengan cara sistematis dan terstruktur. Tujuan dari tahap ini merupakan cara untuk mendapatkan data yang banyak dan mendalam, kemudian akan dilakukan analisis lebih lanjut. Data yang dikumpulkan akan dikelola dengan sistematis agar memudahkan proses analisis untuk tahap selanjutnya.

3.7.2 Kodensasi Data (*Data Codensation*)

Kondensasi data merupakan proses dalam menyeleksi, menyederhanakan, dan mentransformasi data yang mentah dari yang sudah diperoleh pada pengumpulan data yang masih berbentuk catatan lapangan maupun

transkrip, pada tahap akan membantu dalam membuat hasil penelitian menjadi lebih terstruktur. Pada tahap ini akan dilakukan pembuatan kode, kategori, dan pembentukan awal. Kondensasi data membantu peneliti dalam memfokuskan analisis pada konteks penting dan relevan dari data yang sudah dikumpulkan. Pada tahap ini peneliti akan mengolah data yang mentah dan kompleks sehingga dapat memudahkan peneliti dalam melakukan analisis.

3.7.3 Penyajian Data (*Display Data*)

Ketika data sudah dikondensasikan, langkah berikutnya adalah melakukan penyajian data dalam format yang dapat mempermudah analisis dan menarik kesimpulan. Pada tahap ini memungkinkan data yang sudah diperoleh akan menjadi bentuk tabel, grafik, peta, atau matriks. Pada dasarnya tujuan tahapan ini adalah untuk mengorganisir informasi sehingga dapat memudahkan peneliti dalam pengenalan pola, hubungan, tema, dan dinamika pada data penelitian. Pada tahap ini peneliti akan mengolah data yang sudah dikumpulkan dengan membuat tabel yang berisikan transkrip wawancara, ide pokok, konseptualisasi, kategorisasi, dan tematisasi.

3.7.4 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Hasil dari penelitian yang akan menjawab topik penelitian dengan berdasarkan hasil dari analisis data. Kesimpulan yang akan disajikan dalam bentuk deskriptif objek penelitian, dengan berdasarkan pedoman pada kajian penelitian. Pada metode kualitatif memungkinkan menjawab rumusan masalah sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Karena sifat pada penelitian kualitatif adalah sementara dan akan terus berkembang setelah melakukan pengumpulan data penelitian. Kesimpulan dapat diharapkan sebagai temuan baru yang sebelumnya tidak pernah ada. Deskripsi atau gambaran suatu objek pada penelitian, awalnya masih belum jelas untuk diketahui atau remang-remang, namun dapat menjadi lebih jelas dan terang setelah dilakukan penelitian (Sugiyono, 2015). Pada tahap ini peneliti akan

membuat kesimpulan yang akan didukung oleh data dan dilakukan verifikasi kesimpulan dengan menggunakan triangulasi, pengecekan ulang data, dan konfirmasi dengan partisipasi penelitian. Pada tahap verifikasi bertujuan untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diambil memang kredibel dan valid.

3.8 Teknik Keabsahan Data

Data dan informasi yang sudah dikumpulkan dan dianalisis oleh peneliti perlu dilakukan uji keabsahan data, guna menguji keabsahannya dan membuktikan bahwa data yang sudah dianalisis bersifat valid. Pada uji keabsahan data untuk penelitian ini, menggunakan teknik analisis triangulasi. Menurut Kriyantono (2022), analisis triangulasi merupakan teknik menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya melalui data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Analisis triangulasi mempunyai berbagai macam, yaitu Triangulasi Sumber, Triangulasi Waktu, Triangulasi Teori, Triangulasi Periset, dan Triangulasi Metode. Pada penelitian ini peneliti memilih untuk menggunakan Triangulasi Sumber untuk menguji keabsahan data yang dilakukan analisis.

Triangulasi Sumber merupakan pengumpulan data untuk menguji kredibilitas data dengan cara menggali informasi dari sumber yang berbeda-beda, seperti sumber yang mempunyai kompetensi dalam produksi maupun melakukan perencanaan iklan digital. Data akan dikumpulkan dari sumber dengan cara atau teknik yang sama dengan teknik pengumpulan data, yaitu wawancara. Peneliti memilih triangulasi sumber karena dapat membantu menganalisis jawaban penelitian, terutama penerapan manajemen produksi yang dilakukan iklan digital di radio Prambors Jakarta. Sumber yang dipilih oleh peneliti guna menguji keabsahan data adalah Anis Ilahi Wahdati, M.Si selaku dosen Departemen Komunikasi dan Vokasi Universitas Indonesia yang telah lebih dari 20 tahun sebagai praktisi *broadcasting* dan digital konten. Selain itu mempunyai pengalaman bekerja di stasiun TV TPI selama 10 tahun lebih.