

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode yang digunakan dalam pengambilan dan pengolahan data, serta proses penelitian dan perancangan dalam pembuatan media promosi menggunakan video profil Mandana Mas.

#### **3.1 Perancangan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif. Penelitian ini membutuhkan informasi lebih detail mengenai Mandana Mas sebagai perusahaan aksesoris di Kabupaten Banyuwangi. Peneliti memilih menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menentukan cara mencari, mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data hasil penelitian tersebut.

Menurut Sandjaja dan Heriyanto (2006: 49) penelitian kualitatif memiliki tujuan utama mengumpulkan data deskriptif yang mendeskripsikan objek penelitian secara rinci dan mendalam dengan maksud mengembangkan konsep atau pemahaman dari suatu gejala. Proses dan makna atau perspektif subyek lebih ditekankan pada penelitian. Selain itu, landasan teori juga digunakan untuk penelitian dapat fokus, sesuai dengan fakta lapangan, memberikan gambaran umum tentang latar penelitian serta sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Penelitian kualitatif dilakukan dengan penelitian yang dilakukan dengan secara terarah dengan metode wawancara mendalam. Penelitian secara terarah yaitu dengan menentukan topik permasalahan dan tujuan penelitian sejak awal

sebelum turun ke lapangan. Dalam metode wawancara, terlebih dahulu menentukan responden kunci yang nantinya akan lebih banyak memberikan informasi tentang Mandana Mas sebagai perusahaan aksesoris di Kabupaten Banyuwangi.

### **3.2 Teknik Pengumpulan Data**

Beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan laporan ini adalah:

#### **3.2.1 Observasi**

Observasi merupakan pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang dilakukan. Secara umum pengertian observasi adalah cara menghimpun bahan-bahan keterangan yang dilakukan dengan mengadakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap fenomena-fenomena yang dijadikan obyek pengamatan (Djaali & Muljono, 2007: 16). Dalam langkah ini, peneliti melakukan analisis terhadap perusahaan Mandana Mas.

#### **3.2.2 Wawancara**

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang sangat penting dalam penelitian kualitatif yang melibatkan manusia sebagai subjek (pelaku, narasumber). Tujuan wawancara ini untuk mengumpulkan informasi yang kompleks, yang sebagian besar berisi pendapat, sikap, dan pengalaman pribadi. (Sulistyo & Basuki, 2006: 173).

Dalam perancangan video profil ini wawancara dilakukan dengan Tarmuji selaku pemilik perusahaan aksesoris Mandana Mas, karyawan, dan konsumen

tetap yang dianggap dapat memberi informasi dan mendukung perancangan penelitian ini.

### **3.2.3 Dokumentasi**

Penulis mengambil teknik dokumentasi, yaitu dengan mengumpulkan berbagai catatan lapangan dan dokumentasi visual. Hal ini bertujuan untuk memaksimalkan Tugas Akhir dan memperjelas hasil observasi dan wawancara.

### **3.2.4 Studi Literatur**

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menghimpun, mempelajari dan menganalisis dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis, gambar maupun elektronik, seperti buku-buku referensi, jurnal-jurnal, dan media lainnya yang berkaitan dengan obyek penelitian. Studi pustaka ini penting untuk mendukung dan menunjang data penelitian yang akan diimplementasikan kedalam perancangan video profil.

### **3.2.5 Studi Eksisting**

Studi eksisting ini dilakukan untuk mengetahui media apa yang telah dibuat seperti banner, katalog, iklan, dan lain sebagainya untuk menunjang media promosi Mandana Mas selain video profil.

### **3.2.6 Studi Kompetitor**

Studi kompetitor yang dilakukan oleh peneliti adalah menjelaskan kemiripan seperti konsep, teknik, dan lain-lain. Untuk diadaptasikan pada video profil dan website yang akan dirancang.

Dalam hal ini kompetitor yang akan diangkat dalam tugas akhir ini adalah video Effy Jewelry Manufacturing dan website Agabong Jewelry.

### 3.3 Teknik Analisis Data

Menurut Bogdan, Robert dan Biklen (Emzir, 2010: 85), analisis data merupakan proses sistematis pencarian dan pengaturan transkrip wawancara, catatan lapangan, dan materi-materi lain yang telah dikumpulkan untuk pemahaman mengenai materi-materi. Analisis melibatkan pekerjaan dengan data, penyusunan, dan pemecahannya ke dalam unit-unit yang dapat ditangani, perkembangannya, pencarian pola-pola dan penemuan apa saja yang penting.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah mengacu pada konsep Milles & Huberman (1992: 20) yaitu interactive model yang mengklasifikasikan analisis data dalam tiga langkah, yaitu :

a. Reduksi data (*Data Reduction*)

Reduksi data yaitu suatu pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Pada reduksi data, peneliti melakukan pemilihan terhadap hal-hal yang berhubungan dengan aspek-aspek penting dalam proses merancang iklan kampanye. Kemudian peneliti mereduksi data yang dianggap penting dan menunjang penelitian, lalu membuang data-data yang tidak diperlukan.

b. Penyajian Data

Data ini tersusun sedemikian rupa sehingga memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam tahap ini diikuti oleh pengumpulan data informasi dari studi pustaka, observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hal ini dilakukan untuk memperkuat hasil

reduksi data sehingga menghasilkan suatu kesimpulan. Setelah data dan informasi terkumpul dan direduksi kembali, data kemudian disajikan dalam bentuk deskripsi. Data-data yang saling berhubungan dikelompokkan sehingga terbentuk kelompok-kelompok data yang selanjutnya akan disimpulkan.

c. Penarikan Kesimpulan (Verifikasi)

Dalam penelitian ini akan diungkap mengenai makna dari data yang dikumpulkan. Dari data tersebut akan diperoleh kesimpulan yang, kabur, kaku dan meragukan, sehingga kesimpulan tersebut perlu diverifikasi.

Verifikasi dilakukan dengan melihat kembali reduksi data maupun display data sehingga kesimpulan yang diambil tidak menyimpang. Dengan mempelajari dan memahami kembali data-data hasil penelitian, serta meminta pertimbangan kepala berbagai pihak terkait mengenai data-data yang diperoleh dilapangan untuk merancang video profil.

d. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor – faktor sistematis untuk merumuskan strategi sebuah organisasi baik perusahaan bisnis maupun organisasi sosial. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strength*), dan Peluang (*opportunities*), Namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknessess*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan visi, misi, tujuan, dan kebijakan program – program sebuah organisasi. Dengan demikian perencanaan strategis

(Strategic planner) dalam perancangan video profil Mandana Mas harus menganalisis faktor – faktor strategis organisasi (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

