

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan ilmu yang mempelajari cara menyelidiki suatu masalah yang membutuhkan solusi. Metodologi yaitu ilmu tentang metode dan pengetahuan tentang bagaimana melakukan penelitian, yang pada dasarnya sama dengan metodologi penelitian. Metodologi penelitian adalah ilmu yang mempelajari metode penelitian. Pengetahuan yang tepat tentang metodologi penelitian memandu dan mengarahkan kegiatan berteori para ilmuwan. Berdasarkan pengertian tersebut, metodologi penelitian dapat diartikan sebagai suatu proses yang sistematis untuk memperoleh pengetahuan (menemukan pengetahuan) dan memecahkan masalah-masalah pendidikan melalui metode ilmiah, baik dari segi pengumpulan data maupun analisisnya (Ismayani, 2020:2).

3.1. Metode Penelitian dan Jenis Penelitian

3.1.1. Metode Penelitian.

Metode penelitian secara umum dipahami sebagai kegiatan ilmiah progresif yang dimulai dengan mengidentifikasi topik dan mengumpulkan data untuk mendapatkan pemahaman dan wawasan tentang suatu subjek, gejala, atau masalah. Maka metode yang dilakukan oleh peneliti adalah metode deskriptif kualitatif.

3.1.2. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif yang merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan menggunakan analisis. Sehingga dalam penelitian ini penulis menjelaskan dan mendeskripsikan strategi komunikasi pemasaran usaha

kerajinan tenun ikat *Nowing* dan *Kewatek* (Studi Kasus pada Kelompok Nulu Nida Desa Lamabelawa Kecamatan Witihamo Kabupaten Flores-Timur).

3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian merupakan wilayah yang dijadikan tempat penulis untuk meneliti objek penelitian, Lokasi yang menjadi tempat penulis melakukan penelitian ini yakni pada kelompok Tenun Ikat Nulu Nida di Desa Lamabelawa, Kecamatan Witihamo, Kabupaten Flores-Timur.

3.3. Satuan Kajian, Informan Kunci dan Alasan Pemilihan Informan

3.3.1. Satuan Kajian

Objek penelitian ini adalah kelompok tenun ikat Nulu Nida di Desa Lamabelawa, Kecamatan Witihamo, Kabupaten Flores Timur. Dalam menentukan unit studi, peneliti memilih informan yang memiliki pengetahuan mendalam tentang strategi komunikasi pemasaran usaha kain tenun ikat di *Nowing* dan *Kewatek*.

3.3.2. Informan Kunci

Informan adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh suatu populasi. Penentuan informan dilakukan dengan cara *purposive sampling*, dimana informan dipilih berdasarkan kepemilikan informasi tentang informan tersebut. Informan utama adalah masyarakat dan pemangku kepentingan yang terlibat dalam kelompok-kelompok yang terlibat dalam tenun ikat *Nowing* dan *Kewatek*. Ada lima (5) informan kunci dalam penelitian ini yaitu ketua tenun ikat dan para anggota tenun ikat.

3.3.3. Alasan Pemilihan Informan

1. Ketua Tenun Ikat

Alasan pemilihan informan ketua tenun ikat karena beliau adalah pemimpin dalam kelompok Tenun ikat Nulu Nida. Ketua tenun ikat memiliki peran yang sangat penting dalam mengelola dan mengawasi aktivitas menenun, termasuk pelestarian menenun. Sebagai pemimpin, beliau memiliki pemahaman yang mendalam tentang bagaimana menenun beroperasi, termasuk proses komunikasi pemasaran di dalamnya.

2. Anggota Tenun Ikat

Alasan pemilihan anggota tenun ikat sebagai informan karena anggota tenun ikat merupakan bagian dari anggota yang memasarkan hasil tenunan. Pendiri dari sekelompok menenun memiliki kedekatan yang kuat dengan anggota tenun ikat, beliau dapat memberikan pandangan yang akurat tentang bagaimana menenun tenun ikat dan dapat memasarkan tenun ikat *Nowing* dan *Kewatek* serta bagaimana menenun ini diintegrasikan dalam kehidupan bermasyarakat.

3.4. Definisi Konstruk dan Indikator Penelitian

3.4.1. Definisi Konstruk

Definisi konstruk penelitian memiliki fungsi yang lebih abstrak dari pada konsep. Ini karena tidak ada hubungan langsung antara abstraksi dan bentuk manifestasi yang diamati. Yang dimaksud konstruk dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi pemasaran usaha kerajinan tenun ikat *Nowing* dan *Kewatek* pada kelompok Nulu Nuda yang upaya menyampaikan pesan yang berisi promosi.

3.4.2. Indikator Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan diri pada strategi komunikasi pemasaran usaha kerajinan tenun ikat Nowing dan Kewatek pada Kelompok Nulu Nida Desa Lamabelawa, Kecamatan Witihamo, Kabupaten Flores-Timur dengan indikator yakni:

1. Produk (*product*)

Produk adalah suatu barang yang dibuat atau diproduksi untuk memenuhi kebutuhan sekelompok orang tertentu. Produk ini berbentuk jasa atau barang, sehingga dalam melakukan pemasaran harus memastikan memiliki jenis produk yang tepat dan sesuai dengan keinginan konsumen. Jadi selama fase pengembangan produk, pemasaran harus melakukan penelitian ekstensif mengenai siklus hidup yang mereka ciptakan. Maka dari itu peneliti ingin mengetahui bahan apa saja yang digunakan kelompok tenun ikat Nulu Nida saat menghasilkan suatu produk.

2. Harga (*price*)

Harga produk pada dasarnya adalah jumlah yang dibayar pelanggan untuk menikmatinya. Harga merupakan komponen yang sangat penting dalam definisi bauran pemasaran. Ini juga merupakan komponen yang sangat penting dari rencana pemasaran, karena ini menentukan keuntungan dan kelangsungan hidup perusahaan. Menyesuaikan harga produk memiliki dampak besar pada keseluruhan strategi pemasaran serta sangat mempengaruhi penjualan dan permintaan produk. Pada bagian ini penulis ingin mengetahui harga setiap produk yang dihasilkan, dan mengapa setiap produk yang dijual harganya berbeda.

3. Tempat (*place*)

Penempatan atau distribusi merupakan bagian yang sangat penting. Perusahaan harus memposisikan dan mendistribusikan produk di tempat yang mudah di akses oleh pembeli potensial. Hal tersebut datang dengan pemahaman yang mendalam tentang target pasar perusahaan, pahami mereka dari dalam dan kita akan menemukan posisi dan saluran distribusi yang paling efisien yang dapat berbicara langsung dengan pasar kita. Disini peneliti ingin mengetahui dimana saja tempat kelompok tenun ikat Nulu Nida dalam memproduksi tenunan.

4. Promosi (*Promotion*)

Promosi merupakan komponen pemasaran sangat penting karena dapat meningkatkan (*brand recognition*) dan penjualan. Promosi terdiri dari berbagai elemen seperti: periklanan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, publisitas, *event sponsorship*, penjualan langsung. Pada tahap ini penulis ingin mengetahui dimana saja kelompok tenun ikat Nulu Nida untuk mempromosikan hasil tenunan mereka.

3.5. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.5.1. Sumber Data

Kegiatan data tidak dapat dilepaskan dari tersedianya informasi yang merupakan bahan dasar untuk membuat gambaran yang konkrit mengenai objek yang diteliti. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456), data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data ini merupakan data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti baik dari sumber utama atau langsung di lokasi penelitian. Peneliti

bertanya kepada informan yang benar-benar mengetahui tentang strategi komunikasi pemasaran usaha kerajinan kain tenun ikat *Nowing* dan *Kewatek* pada kelompok Nulu Nida

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2018:456), data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan data untuk dikumpulkan secara langsung, misalnya lewat orang lain atau dokumen. Dalam penelitian ini, sumber data sekunder berupa undang-undang ketenagakerjaan, jurnal, buku, artikel, dan referensi yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.5.2. Teknik Pengumpulan Data

Karena tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan data, maka metode pengumpulan data merupakan tahap yang paling penting dalam penelitian. Peneliti yang melakukan penelitian tidak akan bisa mendapatkan data yang diinginkan apabila tidak mengetahui bagaimana cara mengumpulkan data. Menurut Sugiyono (2018:224), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai kondisi, dengan menggunakan sumber informasi yang berbeda dan dengan bantuan sumber informasi yang berbeda pula. Dari segi konteks, data dapat dikumpulkan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*) dan melalui diskusi.

Dalam pengumpulan data peneliti menggunakan teknik sebagai berikut:

1. Data Primer

a). Wawancara

Wawancara menjadi salah satu metode pengumpulan data penelitian, menurut Yusuf (2014:372), wawancara adalah suatu peristiwa atau proses interaksi komunikatif

secara langsung antara pewawancara dengan narasumber atau orang yang diwawancarai tentang suatu subjek penelitian. Wawancara merupakan proses tanya jawab secara langsung antara peneliti dengan informan untuk mendapatkan data dan informasi yang lengkap dan terperinci untuk tujuan penelitian.

b). Teknik Observasi

Observasi adalah tindakan pengamatan lapangan yang dibuat oleh peneliti untuk mengoptimalkan kapasitas diri dalam hal motivasi, kepercayaan, perhatian, perilaku, ketidaksadaran, dan kebiasaan. Pengamatan memungkinkan peneliti sebagai pengamat untuk melihat dunia sebagaimana subjek melihatnya, menjadi hidup pada saat itu, menangkap makna fenomena dari sudut pandang subjek dan panutannya pada saat itu, dan merasakan apa yang dirasakan dan dihayati oleh subjek melalui pengamatan, sehingga peneliti pun dapat menjadi sumber data. Ia juga dapat menjadi sumber data (Moleong, 2018: 174). Teknik observasi dilakukan dengan pengamatan langsung dan tidak banyak melakukan tindakan, hanya mencatat apa yang dilihat selama berada di lokasi penelitian. Teknik observasi dilakukan dengan pengamatan langsung peneliti terhadap strategi komunikasi pemasaran pada industri kerajinan tenun ikat.

3.6. Teknik Analisis dan Interpretasi Data

3.6.1. Teknik Analisis Data

Analisis kualitatif deskriptif digunakan sebagai metode analisis data. Artinya, proses analisis data penelitian berfokus pada gagasan individu. Pendekatan ini berfokus pada individu atau kelompok secara keseluruhan. Oleh karena itu, individu dan kelompok perlu dipandang sebagai bahan keseluruhan daripada dipisah-pisahkan ke dalam variabel atau hipotesis (Setiawan, 2018: 235). Dengan menggunakan pendekatan ini, peneliti akan

melakukan analisis deskriptif untuk menemukan jawaban dari pertanyaan mengenai strategi komunikasi pemasaran usaha kain tenun ikat di *Nowing* dan *Kewatek* pada kelompok Nulu Nida. Peneliti menggunakan langkah-langkah berikut untuk menganalisis data:

1. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih dan memfokuskan pada hal-hal yang penting dan membuang yang tidak perlu. Data yang direduksi dengan cara ini memberikan gambaran yang lebih jelas dan memungkinkan untuk direkonstruksi bila diperlukan (Sugiyono, 2016:247).

2. Penyajian Data

Biasanya dalam penelitian kualitatif, data disajikan dalam bentuk naratif. Menyajikan data sebagai sekumpulan informasi yang tersusun secara sistematis dan mudah dipahami.

3. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari analisis data dan dilakukan dengan cara meninjau kembali hasil reduksi data terhadap rumusan masalah dan tujuan yang ingin dicapai. Data yang terkumpul dibandingkan satu sama lain dan ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari masalah yang dihadapi.

3.6.2. Teknik Interpretasi Data

Interpretasi data merupakan upaya untuk memberikan makna dan arti yang lebih dalam dan luas terhadap hasil penelitian yang sedang berlangsung. Pembahasan hasil penelitian dilakukan dengan menganalisis secara kritis berdasarkan teori-teori yang relevan dan informasi yang akurat dari lapangan (Moleong, 2018: 151).

3.7. Teknik Pemeriksaan dan Keabsahan Data

Metode untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh peneliti dalam penelitian haruslah akurat. Oleh karena itu, beberapa teknik digunakan untuk memeriksa keabsahan data penelitian, yaitu:

1. Ketekunan pengamatan

Pengamatan yang berkesinambungan berusaha menemukan ciri-ciri dan unsur-unsur dalam situasi yang sangat penting dalam permasalahan yang sedang dicari dan kemudian mempelajarinya secara rinci. Dengan kata lain, peneliti perlu mengadakan pengamatan yang berkesinambungan, teliti dan rinci terhadap masalah yang diteliti dan mempelajarinya secara rinci.

2. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik validasi data yang menggunakan sesuatu yang lain di luar data. Teknik ini menggunakan sesuatu yang lain di luar data untuk memverifikasi dan membandingkan data. Ada tiga (3) jenis triangulasi sebagai metode verifikasi dengan menggunakan sumber, metode, peneliti, dan teori.

- a. Triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengkonfirmasi ulang keabsahan informasi yang diperoleh pada waktu yang berbeda dan dengan cara yang berbeda selama investigasi.
- b. Hal ini berarti memeriksa keabsahan temuan penelitian dari berbagai metode pengumpulan data dan berbagai sumber data dengan menggunakan metode yang sama.
- c. Triangulasi dengan peneliti adalah penggunaan peneliti dan pengamat untuk mengkonfirmasi keabsahan data (Moleong, 2018: 226 - 331).