

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Tipe Penelitian**

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan yang bersifat kualitatif. Peneliti memiliki tujuan untuk menjelaskan strategi komunikasi *customer service* dalam mempromosikan Paket *Always On* terhadap pengunjung 3 (Tri) *Store* Bandarlampung. Penelitian deskriptif menurut Isaac dan Michael adalah metode penelitian yang bertujuan melukiskan secara sistematis fakta atau karakteristik populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat. (Rakhmat, 2005:22). Sedangkan menurut Moleong (2005) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain sebagainya. Penelitian ini merupakan suatu penelitian ilmiah yang bertujuan untuk memahami suatu fenomena dalam konteks sosial secara alamiah dengan mengedepankan proses interaksi komunikasi yang mendalam antara peneliti dengan fenomena yang diteliti (Herdiansyah, 2010:9).

Kemudian menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif lebih ditujukan untuk mencapai pemahaman mendalam mengenai organisasi atau peristiwa khusus daripada mendeskripsikan bagian permukaan dari sampel besar dari sebuah populasi (Herdiansyah, 2010:7). Metode penelitian kualitatif mengasumsikan bahwa pengetahuan tidak mempunyai sifat yang objektif dan sifat yang tetap, melainkan bersifat interpretif. Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau daerah tertentu (Nazir, 1998: 63-64). Tipe penelitian ini juga menggambarkan tentang sesuatu keadaan masa ini secara obyektif dalam suatu penggambaran situasi. Jika pengertian diatas dikaitkan dengan penelitian ini, adalah suatu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan tentang strategi komunikasi *customer service 3 (Tri) Store* dalam mempromosikan Paket *Always On*.

### **3.2 Fokus Penelitian**

Fokus penelitian dalam penelitian kualitatif ini adalah fokus kajian penelitian atau pokok soal yang hendak diteliti, mengandung penjelasan mengenai dimensi-dimensi apa yang menjadi pusat perhatian dan hal yang kelak dibahas secara mendalam dan tuntas (Bungin, Burhan, 2004:41). Dengan adanya fokus penelitian maka akan membantu dan mengarahkan peneliti dalam menjawab masalah-masalah dalam penelitian. Melalui fokus penelitian ini, suatu informasi di lapangan dapat dipilih-

pilih sesuai konteks permasalahan sehingga rumusan masalah dan fokus penelitian akan saling berkaitan. (Pramulia, 2011:38)

Dalam penelitian ini fokus penelitiannya dititikberatkan pada strategi komunikasi yang digunakan *customer service* dalam mempromosikan paket *Always On* di 3 (Tri) *Store* Bandarlampung. Strategi yang diteliti disini meliputi tata cara *customer service* dalam mempromosikan Paket *Always On*, proses yang berlangsung selama promosi, teknik yang digunakan, dan metode hingga media yang digunakan *customer service* di Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung. Berikut ini merupakan fokus penelitian penulis:

1. Strategi komunikasi *customer service* merupakan strategi yang dilakukan oleh *customer service* dalam berkomunikasi dengan pelanggan guna mewujudkan suatu tujuan yang telah direncanakan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara teknis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi. Di Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung tujuan dari strategi komunikasi yang dilakukan oleh *customer service* adalah untuk mempromosikan Paket *Always On* pada pelanggan yang berkunjung.
2. Promosi pada hakekatnya adalah suatu komunikasi pemasaran, artinya aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi,

mempengaruhi/membujuk, dan atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.

3. Paket *Always On* adalah kartu telepon berjenis prabayar yang memiliki masa aktif beragam dari 1 bulan, 6 bulan dan 1 tahun dengan harga Rp. 75.000,- dan Rp. 100.000,- untuk perdana baru. Berbagai fasilitas yang ditawarkan oleh *Always On* adalah bebas akses untuk 11 situs populer, gratis BBM 1 tahun untuk pengguna *android*, fitur M-Banking dan kelebihan yang tidak dimiliki paket lainnya adalah pemberian 50MB kuota secara cuma-cuma setiap bulannya.

### **3.3 Sumber Data**

Jenis data penelitian ini berasal dari:

1. Sumber data Primer

Hasil observasi lapangan dan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dan berkompeten diantaranya 2 orang *customer service* dan 5 orang pengunjung Gerai 3 (Tri) *Store* Bandar Lampung yang baru pertama kali ingin menggunakan Paket *Always On*. Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan jawaban yang lebih mendalam dan terperinci terkait dengan penelitian ini.

## 2. Sumber data Sekunder

Sumber data sekunder diperoleh dari dokumen-dokumen, studi pustaka dan dokumentasi artikel-artikel yang menunjang penelitian ini.

### **3.4 Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung yang merupakan kantor pemasaran resmi *provider* 3 (Tri). Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung beralamatkan di Jl. Kartini No. 4E Tanjung Karang, Bandarlampung. Alasan penulis memilih Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung sebagai lokasi penelitian karena Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung merupakan salah satu lokasi bagi *customer service* untuk melakukan proses promosi paket *Always On* terhadap khalayak dan satu-satunya Gerai 3 (Tri) *Store* yang berada di kota Bandarlampung.

### **3.5 Karakteristik Informan**

Informan merupakan orang-orang yang berada pada latar penelitian. Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Informan merupakan orang-orang yang secara langsung terkait pada penelitian. (Moleong, 2005:132)

Dalam penelitian ini yang menjadi sumber data adalah *customer service* yang berada di Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung yang sedang ataupun baru saja melakukan

proses promosi terhadap pengunjung mengenai Paket *Always On. Customer service* yang akan dijadikan informan adalah 2 orang yang sudah bekerja minimal 6 bulan di Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung dan 5 orang pengunjung yang pertama kali ingin menggunakan Paket *Always On* serta menjalani proses promosi tersebut oleh *customer service* Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung.

### **3.6 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data dalam penelitian ini adalah melalui:

1. Observasi

Menurut Cartwright & Cartwright observasi adalah suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan atau diagnosis. (Herdiansyah, 2010:131)

2. Wawancara mendalam

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan pada hampir semua penelitian kualitatif. Menurut Moleong (2005) wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (I) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut (Herdiansyah, 2010:118). Penulis melakukan tanya jawab mendalam terhadap

informan agar penulis benar-benar paham dan menguasai materi. Dalam hal ini penulis telah menyediakan terlebih dahulu pertanyaan yang akan diajukan.

### 3. Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain mengenai subjek (Herdiansyah, 2010:143). Dokumentasi ini merupakan data yang diperoleh dari *customer service* ataupun Gerai 3 (Tri) *Store* Bandarlampung dan dapat dijadikan data penunjang dalam penelitian ini.

### 4. Kepustakaan

Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data yang berguna untuk mendapat data sekunder yang dimana dapat diperoleh penulis melalui literatur-literatur yang dapat dipertanggungjawabkan keabsahannya seperti buku-buku, internet dan dokumentasi mengenai penelitian yang dilakukan penulis.

## **3.7 Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif yang dikemukakan oleh Miles dan Huberman yang mencakup tiga tahapan kegiatan, yaitu:

### 1. Tahap Reduksi Data

Pada tahap reduksi data peneliti memusatkan perhatian pada data lapangan yang telah terkumpul. Data lapangan tersebut selanjutnya dipilih, dalam arti

menentukan daratan relevansinya dengan maksud penelitian. Selanjutnya, data terpilih disederhnakan dengan mengklarifikasi data atas dasar tema-tema lalu dipadukan dengan data yang tersebar serta menelusuri tema untuk merekomendasikan data tambahan. Terakhir, melakukan abstraksi data kasar tersebut menjadi uraian singkat dan ringan.

## 2. Tahap Penyajian Data

Penyajian data adalah sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan dilakukan untuk melihat gambaran keseluruhan atau bagian-bagian tertentu dari data. Pada tahap ini peneliti berupaya mengklasifikasikan dan menyajikan data sesuai dengan pokok permasalahan agar hasil reduksi data terorganisir atau tersusun dalam pola hubungan sehingga semakin mudah untuk dipahami dan merencanakan tahap selanjutnya.

## 3. Tahap Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Penarikan kesimpulan dan verifikasi data bertujuan untuk mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan atau perbedaan. Penarikan kesimpulan dilakukan dengan jalan membandingkan kesesuaian pernyataan dari subjek penelitian dengan makna yang terkandung dengan konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam konsep-konsep dasar dalam penelitian tersebut lebih tepat dan objektif.