

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1. Waktu dan Tempat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kampoeng Kopi Banaran yang merupakan salah satu agrowisata yang dimiliki oleh PT. Perkebunan Nusantara IX (Persero), yang terletak di Areal Perkebunan Kopi Kebun Getas Afdeling Assinan tepatnya Jl. Raya Semarang – Solo KM 1,5. Pemilihan tempat didasarkan bahwa Kampoeng Kopi Banaran sendiri merupakan agrowisata lengkap (*One Stop Tourism and Education Service*) Jawa Tengah serta Tabel 1.1. jumlah pengunjung Kampoeng Kopi Banaran, mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Kampoeng Kopi Banaran juga telah dikenal dalam masyarakat dan memiliki *brand image* yang baik sebagai penyedia jasa, dan inovasi produknya dimana akan timbul perasaan positif pada saat membeli atau menggunakan produk agrowisata. Hal ini menarik untuk diteliti, dengan banyaknya pesaing sejenis di Kabupaten Semarang. Penelitian dilakukan pada bulan Februari hingga Maret 2018.

#### **3.2. Jenis dan Metode Penelitian**

Berdasarkan pendekatannya, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Metode penelitian kualitatif sering disebut penelitian naturalistik karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*); disebut sebagai metode kualitatif karena data yang terkumpul dan analisisnya berupa kualitatif (Sugiyono, 2008).

Menurut Creswell (1998) dalam Herdiansyah (2010), penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian ilmiah yang lebih dimaksudkan untuk memahami masalah-masalah manusia dalam konteks sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan, melaporkan pandangan terperinci dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam *setting* yang alamiah tanpa adanya intervensi apa pun dari peneliti.

### **3.3. Subjek dan Objek Penelitian**

Adapun subjek penelitian dalam tulisan ini adalah pihak manajemen Kampoeng Kopi Banaran. Objek penelitian dalam tulisan ini meliputi: sejarah Kampoeng Kopi Banaran, komunikasi pemasaran, sejarah perkembangan, faktor yang memengaruhi dan dampak perubahan komunikasi pemasaran agrowisata di Kampoeng Kopi Banaran dalam menarik pengunjung.

### **3.4. Data dan Sumber Data**

#### **1. Data Primer**

Data primer dalam penelitian ini berupa hasil wawancara dan observasi. Data yang diambil dari hasil wawancara dan observasi dalam penelitian ini adalah data yang didapat dari perusahaan berupa data mengenai komunikasi pemasaran yang diterapkan, sejarah perkembangan, faktor yang memengaruhi dan dampak perubahan komunikasi pemasaran agrowisata.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data-data yang telah ada, selanjutnya dilakukan proses analisa dan interpretasi terhadap data-data tersebut sesuai dengan tujuan penelitian. Data sekunder yang diambil dalam penelitian ini antara lain penelitian terdahulu, data mengenai profil perusahaan, visi dan misi perusahaan, sejarah singkat perusahaan, data kunjungan wisatawan, gambar promosi, dan lain-lain.

### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

#### **1. Observasi**

Observasi menurut Cartwright dan Cartwright dalam Herdiansyah (2010) merupakan suatu proses melihat, mengamati, dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi mengenai objek yang dijadikan variabel dalam penelitian ini. Observasi dalam penelitian ini terkait dengan komunikasi pemasaran yang diterapkan pada Kampoeng Kopi Banaran.

## 2. Wawancara

Menurut Moleong (2005), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu yang dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Jawaban-jawaban tersebut dicatat atau direkam. Dalam penelitian ini, peneliti melakukan wawancara pihak manajemen Kampoeng Kopi Banaran yang terkait langsung dan mengetahui secara benar kegiatan pemasaran yang telah dan sedang dilaksanakan, pengunjung, dan pihak terkait lainnya. Adapun materi dalam wawancara ini meliputi hal-hal yang terkait dengan komunikasi pemasaran.

## 3. Studi Dokumentasi

Menurut Herdiansyah (2010), studi dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Studi dokumentasi merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan peneliti kualitatif untuk mendapatkan gambaran dari sudut pandang subjek melalui suatu media tertulis dan dokumen lainnya yang ditulis atau dibuat langsung oleh subjek yang bersangkutan (Herdiansyah, 2009).

### 3.6. Teknik Penentuan Partisipan

Partisipan yang terlibat dalam penelitian ini adalah sebanyak dua partisipan yang merupakan pihak manajemen Kakoba. Berikut adalah gambaran umum partisipan:

**Tabel 3.1. Identitas Partisipan**

Partisipan (P)	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan	Jabatan
P1	DP	L	29	S2	Asisten Manager Promosi & IT
P2	SL	L	24	SMK	Karyawan Marketing

Sumber: Hasil wawancara, 2018

Penentuan partisipan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive*. Dalam hal ini peneliti memilih partisipan yang dianggap mengetahui informasi dan masalah secara mendalam dan dapat dipercaya.

### **3.7. Model Analisis Data**

Teknik analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Herdiansyah (2010) terdiri atas tiga tahapan yang harus dilakukan, yaitu:

1. Reduksi Data

Reduksi data terdiri dari meringkas data, mengkode, dan menelusuri tema. Inti dari reduksi data adalah proses penggabungan dan penyeragaman segala bentuk data yang diperoleh menjadi satu bentuk tulisan (*script*) yang akan dianalisis. Hasil dari wawancara, observasi, dan hasil studi dokumentasi diubah menjadi bentuk tulisan (*script*) sesuai dengan formatnya masing-masing.

2. Penyajian data

Setelah semua data telah diformat berdasarkan instrumen pengumpulan data dan berbentuk tulisan (*script*), langkah selanjutnya adalah melakukan *display* atau penyajian data. Pada prinsipnya, *display* data adalah mengolah data setengah jadi yang sudah seragam dalam bentuk tulisan dan sudah memiliki alur tema yang jelas. Bentuk penyajian data kualitatif adalah teks naratif.

3. Penarikan Kesimpulan

Kesimpulan merupakan tahap terakhir dalam rangkaian analisis data kualitatif. Kesimpulan menjurus kepada jawaban dari pertanyaan penelitian yang diajukan sebelumnya dan mengungkapkan “*what*” dan “*how*” dari temuan penelitian tersebut.

### **3.8. Uji Keabsahan Data**

Uji keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembandingan terhadap data tersebut. Triangulasi dapat dilakukan melalui: (1)

Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara. Membandingkan apa yang dikatakan di depan umum dengan apa yang dilakukan secara pribadi. (2) Membandingkan apa yang dikatakan tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu. (3) Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan. (4) Membandingkan hasil wawancara dengan dokumen yang berkaitan. Triangulasi dibutuhkan dalam upaya pemeriksaan keabsahan data guna kesempurnaan, validitas data, keakuratan informasi, dan originalitas sumber-sumber dalam sebuah penelitian kualitatif (Moleong, 2005).

