

## **Bab III**

### **OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Objek Penelitian**

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perusahaan di bidang pernikahan , yakni Kekasih Wedding. Kekasih Wedding merupakan salah satu wedding planner dan wedding organizer di kota Garut yang telah berdiri sejak tahun 2016, dan owner dari Kekasih Wedding sendiri adalah Lutfi Burhan.

Lutfi Burhan merupakan pria kelahiran Garut 2 november 1987, beliau merupakan lulusan Universitas Padjadjaran fakultas Ilmu Komunikasi. Terbentuknya Kekasih Wedding berawal dari ia memerlukan asisten untuk mendampingiya ketika menjadi seorang MC di salah satu pernikahan. Awal mulanya pada tahun 2016, beliau ingin jalannya acara pernikahan dapat berjalan dengan lancar dan dibantu oleh asisten tersebut. Seiring berjalannya waktu dilihat dari potensi dan mobilitas asistennya tersebut, kemudian Lutfi Burhan menambah jumlah asistennya untuk mengatur jalannya pernikahan sesuai dengan rundown acara. Hingga pada tahun tersebut jumlah asisten yang membantu beliau bertambah hingga 6 orang, kemudian beliau memutuskan untuk membuat suatu team wedding service

Pada tahun 2017 mulai menjadi suatu team WO (wedding organizer) dan total crew WO tersebut berjumlah 9 termasuk Lutfi Burhan itu sendiri. Pada tahun 2018 merupakan tahun dimana pemberian nama dari Wo tersebut dengan nama perusahaan yaitu Kekasih Wedding. Kekasih Wedding telah memiliki banyak

client, hampir 6 tahun Kekasih Wedding berkecimpung dalam jasa Wedding Planner dan Wedding Organizer.

Berdasarkan data konsumen penggunaan jasa WO (wedding organizer) Kekasih Wedding, mengalami peningkatan dari tahun 2018 hingga sekarang. Meski persaingan dalam dunia WO di kabupaten Garut semakin menjamur, namun Kekasih wedding memiliki banyak permintaan client untuk menggunakan jasa WO nya, bahkan tak jarang dalam satu hari Kekasih Wedding mampu melayani dua event pernikahan sekaligus dan melayani tidak hanya di kota Garut saja melainkan luar kota juga

Kekasih Wedding menjalankan bisnisnya dibidang industri pernikahan yang sudah berjalan selama 5 tahun, ini membuktikan bahwa perkembangan di bidang industri pernikahan sangat berkembang pesat, sehingga banyaknya persaingan dengan WO lain sangat ketat. Meskipun demikian Kekasih Wedding menjual jasa yang bukan hanya sekedar pelayanan dan pengorganisasian pernikahan semata, melainkan memberikan pelayanan dengan target hasil yang maksimal dan memuaskan bagi *client* di setiap pengerjaannya. Hal ini memberikan nilai *plus* dan perbedaan dari WO yang lain, dengan pengalaman lebih dari 5 tahun Kekasih wedding sudah menangani *client* di dalam dan luar kota Garut, ini membuktikan bahwa perusahaan ini sudah professional.

Selain pelayanan yang terbaik, ada juga alasan lain mengapa WO ini terbilang sebagai WO yang profesional yaitu, Karena setiap crew yang bergabung dengan kekasih wdding harus melewati beberapa tahapan seleksi yang sesuai

dengan kriteria dari kekasih wedding itu sendiri, dan nantinya para calon crew ini akan di training dan dibekali oleh materi-materi yang mencakup tentang Wedding Planner dan Wedding Organizer.

### **3.2 Metodologi Penelitian**

Pada dasarnya metode penelitian merupakan sebuah cara yang ilmiah untuk memperoleh sebuah data yang memiliki tujuan dan kegunaan tertentu. Dengan hal ini, terdapat 4 (empat) hal yang perlu diperhatikan yakni, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan. Dalam penelitian ini peneliti memilih metode kualitatif, sebab kondisi penelitiannya dilakukan secara alamiah (*natural setting*), dikatakan juga dengan metode etnografi, sebab pada dasarnya metode ini digunakan dalam penelitian di bidang antropologi budaya: dikatakan sebagai metode kualitatif sebab, analisis dan datanya lebih bersifat kualitatif. Metode ini berlandaskan pada filsafah postpositivisme, digunakan dalam kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) peneliti merupakan instrument kunci dalam teknik pengumpulan data dan dilakukan dengan cara triangulasi (gabungan), sifat dari analisis datanya adalah induktif/kualitatif, dan hasil dari penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi. (Sugiyono, 2018)

#### **3.2.1 Paradigma Penelitian**

Menurut Bogan dan Biklen (1982:32) paradigma merupakan sekumpulan longgar dari beberapa asumsi yang dianut bersama, konsep yang mengarahkan cara berpikir juga penelitian. Selain itu paradigma juga adalah model atau pola bagaimana sesuatu dapat diukur (bagian dan

hubungannya) atau juga bagaimana fungsi bagian-bagian (prilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu). (Moleong, 2012)

Pemaparan menurut pendapat para ahli di atas, penulis bisa menyimpulkan bahwa, sebuah paradigma bisa dikatakan sebagai acuan dasar bagi setiap peneliti untuk mengungkap fakta dari kegiatan penelitian yang dilakukan.

Paradigma penelitian dalam penelitian ini adalah paradigma kritis, paradigma kritis mencoba untuk merekonstruksi dan memperbaharui teori yang membebaskan manusia dari manipulasi teknokrasi modern. Paradigma kritis memiliki ciri yang khas yakni, paradigma kritis berbeda dengan pemikiran sosiologi tradisional dan filsafat. Pendekatan paradigma kritis tidak memiliki sifat spekulatif murni dan kontemplatif. (muslim, 2016)

### **3.2.2 Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Biklen (1992) memaparkan, pendekatan kualitatif merupakan sebuah prosedur penelitian dengan hasil data deskriptif kualitatif yang berupa lisan atau kata-kata tertulis yang berasal dari pengamatan pada perilaku dan orang-orang. Pendekatan ini diarahkan kepada individu dan latar secara menyeluruh (Holistik). (Nurhadi & Suseno, 2021)

Metode kualitatif merupakan prosedur dari penelitian dengan hasil data deskriptif yang berupa lisan maupun kata tertulis dari perilaku atau orang yang sedang diamati, pendekatan ini menurut mereka ditujukan pada latar

dan individu tersebut secara holistic (utuh). Maka, dalam hal ini tidak diperbolehkan mengisolasi organisasi atau individu dalam hipotesis atau variabel, tapi memandangnya sebagai bagian dari sesuatu peristilahannya. (Moleong, 12, 4). Dari segi definisi yang lain, penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian dengan memanfaatkan wawancara terbuka sebagai cara untuk memahami juga menelaah pandangan, perasaan, sikap, dan perilaku individu ataupun sekelompok orang. (Moleong, 2012, 5)

### 3.2.3 Penentuan Informan dan Narasumber

Berdasarkan kriteria seleksi komprehensif, peneliti menentukan narasumber, yaitu orang yang dipandang terkait dengan fenomena yang dikaji dengan pertimbangan bahwa narasumber paling terkait dengan masalah penelitian maka, pada penelitian terkait dengan judul Strategi Komunikasi Pemasaran Kekasih Wedding, peneliti menetapkan 2 informan yaitu, Lutfi Burhan dan Riki Hasanudin Informan dalam penelitian ini merupakan *owner* dari Kekasih Wedding dan pihak Marketing dari Kekasih Wedding. Pemilihan informan ini berdasarkan analisis social situation, karena bentuk datanya akan berbentuk hasil analisis secara obyektif. Pada penelitian ini, penentuan informan mengacu pada kriteria sebagai berikut.

1. Informan paham dan mengerti mengenai Wedding Organizer.
2. Informan merupakan praktisi dalam bidang Wedding Organizer/Wedding Planner.
3. Informan bersedia diwawancarai dan diminta opini/pendapat mengenai pertanyaan baik secara luring maupun daring.

Daftar informan yang terdapat pada penelitian ini sebagai berikut.

No	Kriteria informan
1	<i>Owner</i> Kekasih Wedding
2	Marketing Kekasih Wedding

Informan			
No	Nama	Usia	Jabatan
1	Informan Lutfi Burhan	34 tahun	<i>Owner</i> dari Kekasih Wedding
2	Riki Hasanudin	27 tahun	<i>Marketing</i> Kekasih Wedding

Tabel 3.1 Kriteria dan Informan

Tabel 3.1 diatas menerangkan mengenai kriteria dan informan yang diwawancarai. Kriteria yang ada di atas ditentukan oleh peneliti karena dianggap mempunyai pengetahuan, memenuhi syarat, dan informan merupakan *owner* juga bagian *marketing* dari Kekasih Wedding agar lebih banyak informasi yang didapat ketika wawancara, yang sesuai dengan judul penelitian mengenai Strategi Komunikasi Pemasaran Kekasih Wedding.

Dalam penelitian ini, selain informan yang akan terlibat, peneliti juga melibatkan 1 Narasumber. Narasumber iyalah orang yang bisa dianggap ahli juga dapat memberikan pendapat menurut sudut pandangnya untuk penelitian ini. Pada penelitian ini, Narasumber yang akan ditetapkan sesuai dengan kriteria sebagai berikut.

1. Narasumber merupakan seorang ahli dalam bidang Wedding Organizer/Wedding Planner.
2. Narasumber telah terjun dan aktif dalam minimal lima tahun di dunia Wedding.
3. Narasumber bersedia diwawancarai dan diminta opini/pendapat mengenai pertanyaan baik secara luring maupun daring.

No	Kriteria Narasumber
1	Ahli WO

Narasumber			
No	Nama	Usia	Jabatan
1	Narasumber Cecep Safaatul Barkah	40 tahun	Pembina Hanacaraka (Himpunan Penata Acara Pernikahan Kab. Garut

Tabel 3.2 Kriteria dan Narasumber

Table 3.2 dalam penjelasan diatas menjelaskan informasi terkait narasumber yang nantinya akan diwawancarai dalam penelitian. Narasumber dalam penelitian ini ialah Cecep Safaatul Barkah, beliau merupakan Ahli WO juga Pembina Hanacaraka (Himpunan Penata Acara Pernikahan Kab. Garut. Peneliti memilih narasumber tersebut sesuai dengan kriteria yang dipilih oleh peneliti yaitu, orang yang paham betul mengenai WO dan *marketing* WO.

### 3.2.4 Oprasional Parameter Penelitian

Tabel 3.3 Oprasional Parameter Penelitian

Judul Penelitian	Teori yang digunakan	Dimensi	Indikator	Item Penelitian
Strategi Komunikasi Pemasaran Kekasih Wedding (Studi Analisis Pada Kekasih Organizer di Garut)	Teori IMC (Integrated Marketing Communication)	Periklanan Sumber : Hermawan (2012 : 53)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dapat menciptakan konsumen yang terpencah secara geografis</li> <li>2. Dapat mengulang pesan berkali-kali</li> <li>3. Bersifat impersonal dan komunikasi satu arah</li> <li>4. Dapat sangat mahal untuk beberapa jenis media</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah proses periklanan telah menciptakan konsumen yang terpencah secara geografis?</li> <li>• Apakah bentuk periklanan tersebut dapat diulang berkali-kali?</li> <li>• Apakah periklanan tersebut bersifat impersonal dan komunikasi satu arah?</li> <li>• Apakah sangat mahal untuk beberapa jenis media?</li> </ul>

		Promosi Penjualan Sumber : Hermawan (2012 : 53)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan berbagai cara pendekatan</li> <li>2. Menarik perhatian pelanggan</li> <li>3. Menawarkan kekuatan dari intensif untuk membeli</li> <li>4. Mengundang dan cepat memberikan penghargaan atas respons konsumen</li> </ol> Efeknya hanya berjangka pendek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cara pendekatan seperti apa yang diterapkan oleh perusahaan?</li> <li>• Apakah cara tersebut menarik perhatian pelanggan?</li> <li>• Apakah telah menawarkan kekuatan dari intensif untuk membeli?</li> <li>• Apakah telah mengundang dan cepat memberikan tanggapan atas respons konsumen?</li> <li>• Apakah efeknya hanya berjangka pendek?</li> </ul>
		Humas dan Publisitas Sumber : Hermawan (2012 : 53)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sangat terpercaya</li> <li>2. Bisa meraih orang yang menghindari tenaga penjual dan periklanan</li> <li>3. Efektif dan ekonomis</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah humas dari perusahaan sangat terpercaya?</li> <li>• Bagaimana cara meraih orang yang menghindar dari tenaga penjual dan periklanan?</li> <li>• Mengapa humas perusahaan berguna bagi strategi komunikasi pemasaran?</li> </ul>

				<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah dengan pemanfaatan humas ini efektif dan ekonomis?</li> </ul>
		Penjualan Personal Sumber : Hermawan (2012 : 53)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melibatkan interaksi pribadi</li> <li>2. Memungkinkan pengembangan hubungan erat</li> <li>3. Perangkat promosi yang sangat mahal</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apakah kegiatan penjualan personal telah melibatkan interaksi pribadi?</li> <li>• Apakah memungkinkan pengembangan hubungan erat?</li> <li>• Apakah perangkat promosi sangat mahal?</li> </ul>
		Pemasaran Langsung Sumber : Hermawan (2012 : 53)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bentuknya yang beragam mencerminkan empat subkarakter: nonpublik, segera, seragam dan interaktif</li> <li>2. Sangat tepat untuk pasar sasaran tertentu yang dituju</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bagaimana bentuk dari pemasaran langsung yang diterapkan perusahaan?</li> <li>• Apakah telah mencerminkan empat subkarakter?</li> <li>• Apakah kegiatan pemasaran langsung sudah tepat untuk pasar sasaran tertentu yang dituju?</li> </ul>

### 3.2.5 Teknik Pengumpulan Data

Pada pendekatan kualitatif memiliki teknik pengumpulan data yang dianggap paling penting, jika dibandingkan dengan pendekatan kuantitatif dikarenakan data yang diperoleh akan menentukan tingkat kedalaman penelitian dari pada hasil yang diperoleh. Pengumpulan data ini, menjadi acuan bahwasanya peneliti dituntut untuk memiliki kreativitas dalam menggali dan mengeksplorasi bahkan menemukan hal-hal yang sifatnya tersembunyi di balik peristiwa atau fenomena dalam konteks komunikasi (Nurhadi & Suseno, 2021).

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan beberapa cara dalam memperoleh data yang diperlukan. Dengan begitu, peneliti memilih teknik yang sesuai penulisan penelitian sebagai berikut:

#### 3.2.4.1. Wawancara

Wawancara mendalam atau juga wawancara kualitatif merupakan kegiatan pertama dalam mengumpulkan data. *Indepth interview* (wawancara mendalam) dasarnya tidak berbeda dengan wawancara yang lain. Tapi peran pewawancara, peran informan, tujuan, dan cara melakukan wawancara berbeda dengan wawancara yang lainnya. Salah satu pembeda yang cukup mencolok dari teknik wawancara pada umumnya yaitu, *indepth interview* (wawancara mendalam) dilakukan berulang-ulang/berkali-kali dan memakan waktu yang cukup panjang dengan informan di lokasi penelitian. (Nurhadi & Suseno, 2011)

Peneliti melakukan wawancara mendalam dengan lebih mempertajam pertanyaan yang diberikan kepada informan, selain itu peneliti melakukan wawancara beberapa kali terhadap informan untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Selain itu peneliti menemukan hal-hal yang tersembunyi dalam diri informan yang peneliti teliti. Adapun langkah-langkah yang berjudul Strategi Komunikasi Pemasaran Kekasih Wedding sebagai berikut :

1. Terlebih dahulu melakukan komunikasi kepada informan.
2. Memilih/menentukan jadwal khusus untuk melakukan kegiatan yang akan diamati.
3. Mengenalkan diri juga menjelaskan tujuan kepada informan .
4. Menentukan dan menyesuaikan jadwal untuk wawancara dengan informan.

#### **3.2.4.2.Observasi**

Teknik pengumpulan data selanjutnya dalam penelitian ini yaitu, Observasi partisipasi. Hadi (1987: 136) menjelaskan, observasi (pengamatan) yaitu, mengamati dan mencatat dengan sistematis mengenai suatu gejala yang terlihat di dalam objek penelitian. Sedangkan observasi partisipasi merupakan Teknik pengumpulan data dengan mengamati objek pengamatan melalui cara merasakan atau berada dalam aktivitas hidup objek penelitian. dengan begitu, peneliti/pengamat dapat mendalami kehidupan dari objek penelitian dan hingga tidak sedikit dari peneliti/pengamat pada akhirnya bergabung dalam kehidupan budaya objek

pengamatannya. (Bungin dalam Prastowo,, 2011: 41-42) (Nurhadi & Suseno, 2021).

Peneliti dalam observasi ini terlibat aktif dalam beberapa kegiatan terhadap objek yang akan diamati. Berikut ini merupakan Langkah-langkah yang dilakukan peneliti pada saat melakukan observasi penelitian, dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Pemasaran Kekasih Wedding:

1. Terlebih dahulu melakukan komunikasi dengan informan
2. Membuat penjadwalan khusus untuk melakukan pengamatan.
3. Observasi pertama dilakukan pada saat wawancara mengenai profesi informan
4. Peneliti mengamati informan ketika melakukan *meeting* dengan *client* guna mengetahui bagaimana cara informan dalam melakukan presentasi kepada *client*.
5. Peneliti mengamati kegiatan informan guna mengetahui bagaimana informan mempersiapkan sebuah acara pernikahan.
6. Peneliti mengamati kegiatan kerja informan guna mengetahui bagaimana kinerja dari informan tersebut pada saat acara pernikahan berlangsung.
7. Peneliti mengamati proses evaluasi yang dilakukan informan setelah acara selesai.

### **3.2.4.3. Dokumentasi**

Kegiatan pengumpulan data yang terakhir yaitu, studi dokumentasi berisikan mengenai peristiwa yang telah terjadi. Bentuk dari dokumen sendiri bisa berupa gambar, tulisan, ataupun karya-karya yang di buat oleh seseorang. Studi dokumen adalah pelengkap dari metode wawancara juga observasi dalam penelitian ini. Diharapkan, hasil dari penelitian sangat kredibel dengan adanya studi dokumentasi ini.

### **3.2.6 Teknik Analisis Data**

Bogdan & Biklen, 1982 menjelaskan bahwa analisis data kualitatif merupakan sebuah upaya dengan jalan bekerja bersama data, mengorganisasikan dan memilah data menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistesisikannya, mencari pola, menemukan hal yang dipelajari dan hal penting, serta menentukan apa yang nantinya akan diceritakan kepada orang lain. (MOleong, 2012)

Sifat dari analisis data kualitatif yakni, induktif merupakan suatu analisis dengan berdasarkan data yang telah diperoleh, kemudian dikembang menjadi hipotesis. Hipotesis yang telah dirumuskan dari data yang sudah ada, kemudian data dicari lagi berulang kali sehingga mendapatkan kesimpulan apakah hipotesis ini dapat diterima atau malah sebaliknya berdasarkan data yang sudah terkumpul. Jika hipotesisnya diterima berdasarkan data yang telah didapat secara berulang kali dengan menggunakan teknik triangulasi, dengan begitu hipotesis ini telah berkembang menjadi sebuah teori (Sugiyono, 2019)

### 3.2.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

#### 3.2.6.1. Kriteria Kepastian

Dalam pemeriksaan keabsahan, teknik yang yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik triangulasi. Triangulasi sendiri merupakan sebuah teknik untuk memeriksa kebebasan suatu data dengan memanfaatkan suatu hal lain. Di luar dari data itu, untuk kepentingan sebagai pembanding atau pengecekan terhadap data.

Dengan begitu triangulasi adalah suatu cara terbaik untuk menghapus perbedaan suatu kontruksi kenyataan yang terdapat pada konteks studi sewaktu pada saat mengumpulkan suatu data mengenai bermacam peristiwa juga hubungan dari bermacam sudut pandang. Dengan triangulasi, peneliti bisa *me-recheck* penemuannya dengan cara membandingkan melalui bermacam, teori, sumber, atau metode, dengan begitu, peneliti bisa menemukannya melalui cara /jalan mengajukan bermacam pertanyaan, mengeceknya dengan bermacam sumber data, memanfaatkan bermacam metode supaya pengecekan kepercayaan data dapat dilaksanakan. (Moleong, 2012)

#### 3.2.6.2. Kriteria Kepercayaan

Pemnggunaan kriteria derajat kepercayaan dasarnya mengganti dari konsep validitas internal dari nonkualitatif. Fungsi pertama dari kriteria ini yaitu, melakukan inkuiri dengan sedemikian rupa sehingga tingkat dari kepercayaan penemuannya tercapai. Fungsi kedua, menunjukkan derajat

kepercayaan hasil temuan menggunakan jalan pembuktian oleh peneliti pada sebuah kenyataan ganda yang sedang diteliti. (Moleong,2012)

Kriteria kepercayaan ini dapat dilihat dari banyaknya *client* di kabupaten Garut yang memanfaatkan media sosial, dan rekan-rekan yang di percaya sebagai sarana untuk mendapatkan informasi terkait Kekasih *Wedding*.

### **3.2.6.3.Kriteria Ketergantungan**

Kriteria ketergantungan adalah substitusi istilah reliabilitas pada penelitian yang nonkualitatif. Pada nonkualitatif, reliabilitas ditujukan dengan cara/jalan mengadakan replica studi. Jika beberapa kali dilakukan pengulangan satu studi pada suatu kondisi sama dengan hasil yang sama pula, dengan begitu dapat dikatakan reliabilitasnya telah dicapai. Ketergantungan ini semua halnya dengan apa yang akan peneliti lakukan, dimana banyak *client* telah mempercayai informasi mengenai *wedding*/pernikahan kepada Kekasih *Wedding*.

Konsep ketergantungan mempertimbangkan segala-galanya yakni, yang ada pada reliabilitas itu sendiri dan factor-faktor lain yang menyangkut. Inilah sebab mengapa konsep ketergantungan jauh lebih luas dibandingkan dengan reliabilitas. (Moleong, 2012))

### **3.2.8 Tempat dan Jadwal Penelitian**

#### **3.2.7.1 Tempat Penelitian**

Tempat atau lokasi penelitian yang akan dilaksanakan sebagai ladang informasi di dalam penelitian ini adalah di kantor Kekasih *Wedding* lebih tepatnya di jalan Pataruman No. 33 Tarogong Kidul, Garut Jawa barat.

#### **3.2.7.2 Jadwal Penelitian**

Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada bulan maret hingga bulan juli. Diharapkan pada akhirnya seluruh data yang diperlukan peneliti dapat terkumpul sehingga layak untuk menjadi sebuah jawaban dari masalah inti dalam penelitian ini.