

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

John W. Creswell, sebagaimana dikutip M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur menyatakan bahwasanya pendekatan kualitatif merupakan suatu proses penyelidikan pemahaman berdasarkan pada tradisi metodologis terpisah yang mengeksplorasi suatu masalah sosial atau manusia dan juga usaha untuk membangun komplekstas, gambar yang holistik, meneliti kata – kata, menyajikan laporan yang terperinci dari penutur asli, dan studi di suatu keadaan alami yang dilakukan oleh peneliti.²⁰⁷

Adapun pendekatan kualitatif ini dimaksudkan keinginan peneliti untuk memperoleh kedalaman dari sebuah jawaban mengenai implementasi *integrated marketing communication* dalam pengumpulan donasi masyarakat di Lembaga Dompet Dhuafa Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta. Penggunaan pendekatan ini dilakukan agar peneliti mendapatkan jawaban yang rasional serta logis tentang sebuah sebuah fokus penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Deskriptif bermakna dengan posisi seorang peneliti yang hanya menjabarkan permasalahan tanpa membuat perbandingan variabel itu pada sampel lain ataupun mencari hubungan variabel itu dengan variabel lainnya. M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur menyatakan bahwa tujuan utama dari pendekatan kualitatif ini ialah sebagai;

²⁰⁷ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Jakarta : Ar – Ruzz Media, 2016), Cet. III, h. 26

penggambaran serta pengungkapan (*describe and explore*); menggambarkan dan menjelaskan (*describe and explain*).²⁰⁸

B. Subyek dan Obyek Penelitian

Pada dasarnya dalam penelitian kualitatif, urgensitas sebuah data sangat bergantung pada instumen atau obyek yang menjadi fokus penelitian yaitu manusia. Lincoln dan Cuba (1986) sebagaimana dikutip Sugiyono²⁰⁹ menyebutkan;

“the instrument of choice in naturalistic inquiry is the human. We shall see that other forms of instrumentation may be used in later phases of the inquiry, but the human is the initial and continuing mainstay. But if the human instrument has been used extensively in earlier stages of inquiry, so that an instrument can be constructed that is grounded in the data that the human instrument has produced.”

“instrumen penelitian dalam penelitian kualitatif ialah manusia. Kita dapat melihat bahwasanya terdapat beberapa instrumen yang dapat digunakan kemudian dalam sebuah penelitian kualitatif, namun manusia tetaplah menjadi menjadi awal dan fokus utamanya. Namun bilamana manusia telah dijadikan fokus utama dalam sebuah penelitian, maka instrumen tersebut dapat mengkontruksi sebuah data yang diproduksi (dituturkan) olehnya.”

Subyek dari penelitian ini ialah Lembaga Dompet Dhuafa Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta dengan individu – individu di dalamnya yang disebut dengan informan penelitian, sementara obyek dari penelitian ini ialah masalah penelitian berupa implementasi *integrated marketing communication* di lembaga Dompet Dhuafa Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta.

Adapun informan – informan yang dimaksud peneliti diantaranya;

- Manajer Sumberdaya dan Komunikasi Dompet Dhuafa Cabang DIY;

²⁰⁸ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Ibid.*, h. 29

²⁰⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, cv., 2011), Cet. XIV, h. 223

- Staf CRM (*Costumer Relation Management*) Dompet Dhuafa Cabang DIY;
- Staf Media Sosial Dompet Dhuafa Cabang DIY
- Staf Fundraising Dompet Dhuafa Cabang DIY;
- Volunteer Fundraising Dompet Dhuafa Cabang DIY;
- Donatur Dompet Dhuafa Cabang DIY.

C. Batasan Penelitian

Batasan penelitian pada dasarnya merupakan sebuah konsentrasi atau fokus penelitian yang berisi pokok masalah yang masih bersifat umum. Menurut Sugiyono ia menuliskan dalam bukunya bahwa pada dasarnya terdapat tiga sifat yang melekat pada suatu masalah penelitian²¹⁰; penting, *urgent* dan *feasible*. Penting apabila masalah tersebut ketika tidak dapat dipecahkan melalui penelitian, maka akan semakin menimbulkan suatu masalah yang baru. Mendesak (*urgent*) ketika masalah yang ketika tidak segera dipecahkan melalui penelitian, maka kesempatan – kesempatan untuk mengatasi masalah tersebut semakin menghilang. *Feasible* apabila terdapat sumber daya yang mampu untuk memecahkan masalah tersebut.

Peneliti membatasi penelitian ini dengan hanya menyajikan, mendeskripsi dan menganalisis aspek penargetan pasar, proses target pasar, perencanaan pemasaran serta keputusan promosi yang dilakukan oleh lembaga Dompet Dhuafa Cabang Daerah Istimewa Yogyakarta dalam produk komunikasi yang ditawarkan kepada masyarakat periode Ramadhan 2017 M / 1438 H yaitu #Zakat360. Adapun tujuan

²¹⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, cv., 2011), Cet. XIV, h. 395

program tersebut dikatkan Urip Budianto selaku *GM Resource and Mobilization* ialah pembuka kunci belenggu kemiskinan lewat zakat dengan bentuk dukungan secara komperhensif dan totalitas kepada masyarakat yang tidak setengah – setengah, “dukungan komperhensif dan totalitas kepada masyarakat yang tidak setengah – setengah, 360 derajat.”²¹¹

D. Teknik Pengumpulan Data

Catherine Marshall, Grechen B. Rossman, sebagaimana dikutip Sugiyono menyatakan bahwa dasar dari metode penelitian kualitatif ini bersandar pada pengumpulan informasi dalam sebuah latar, observasi langsung, wawancara mendalam, peninjauan ulang pada dokumen yang menjadi data penelitian.²¹²

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan metode pengambilan data dengan; wawancara, observasi dan dokumentasi. **Wawancara** merupakan teknik pengambilan data dengan menggunakan panduan berupa pertanyaan – pertanyaan yang berfokus pada permasalah atau area topik yang akan dibahas serta diperlukan untuk mengumpulkan data – data primer yang notabene merupakan sumber daya yang langsung diberikan obyek penelitian kepada peneliti.²¹³ Juga **observasi** yang notabene merupakan cara pengambilan data yang mengharuskan peneliti turun ke lapangan untuk mengamati hal – hal yang berkaitan dengan ruang, tempat, pelaku, kegiatan, benda – benda, waktu, peristiwa, tujuan, dan perasaan.²¹⁴ Digunakan pula sebagai metode pengumpulan data – data primer dari penelitian.

²¹¹ <http://khazanah.republika.co.id/berita/dunia-islam/wakaf/17/05/10/opqiqn396-sambut-ramadhan-dompet-dhuafa-gulirkan-program-zakat-360>. Diakses pada tanggal 1 Agustus 2017, pukul 13.34.

²¹² Sugiyono, *Ibid.*, h. 225

²¹³ Sugiyono, *Ibid.*, h. 232

²¹⁴ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Ibid.*, h. 165

Adapun dokumentasi yang peneliti pilih untuk mengumpulkan data penelitian memiliki tujuan sebagai; identifikasi dari pertanyaan penelitian; mebenarkan ataupun memperluas analisis dalam penelitian; serta untuk membandingkan dengan data lainnya (primer).²¹⁵

Pengambilan data penelitian menggunakan teknik *snowball* serta pengecekan rekan sejawat untuk melengkapi informasi yang dituturkan dari masing – masing informan yang ditemui oleh peneliti. Miles dan Huberman sebagaimana dikutip Sugiyono mengungkapkan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.²¹⁶

E. Pengolahan dan Analisis Data

Bogdan sebagaimana dikutip Sugiyono²¹⁷ menyatakan bahwasanya data analisis merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan – bahan lain sehingga dapat mudah difahami serta temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

“the process of systematically searching and arranging the interview transcripts, fieldnotes, and other materials that ou accumulate to increase your own understanding of them and to enable you to present what you have discovered to others.”

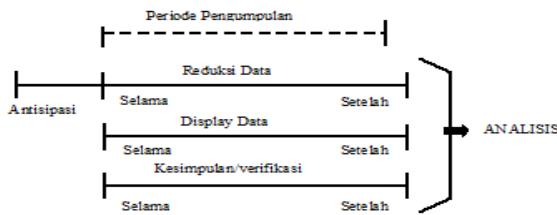
Sugiyono menyebut bahwa terdapat beberapa aktivitas analisis data di lapangan diantaranya; reduksi data, penyajian data, kesimpulan data/verifikasi data. Selengkapnya dalam **Gambar 3.1** berikut ini;

²¹⁵ Lisa M. Given, The SAGE Encyclopedia of Qualitative Research Methods, (California : SAGE Publications, Inc, 2008), Vol I-II, h. 803

²¹⁶ Sugiyono, *Ibid.*, h. 245

²¹⁷ Sugiyono, *Op. Cit.*, h. 244

Gambar 3.1. Komponen dalam analisis data (*flow model*)



Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, cv., 2011), Cet. XIV, h. 246

Lebih mudahnya peneliti akan mengilustrasikan bagaimana ketiga analisis ini bekerja pada penelitian kualitatif;

Gambar 3.2. Ilustrasi : Reduksi data, penyajian data dan verifikasi

data

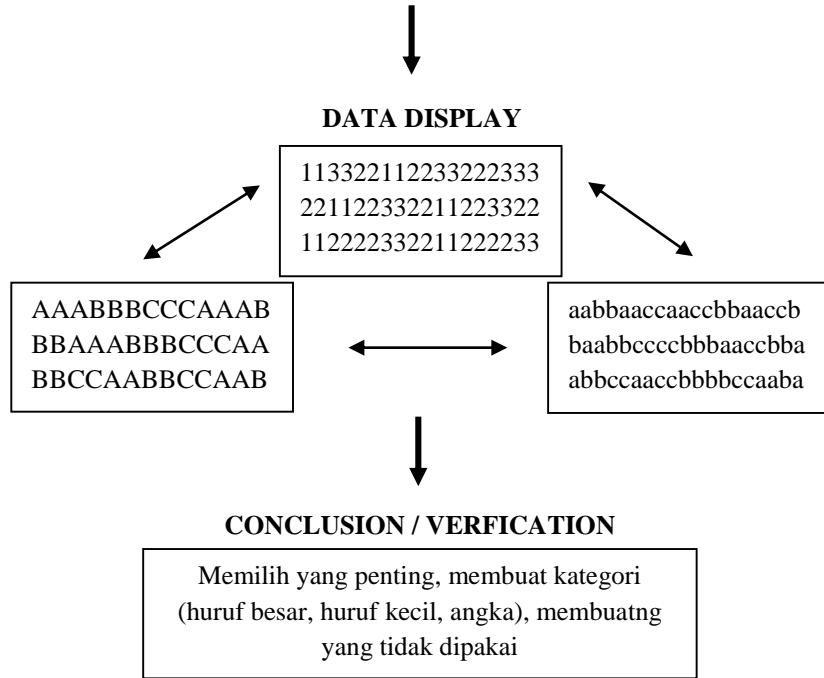
Catatan Lapangan

A123a321aaaAAAbbbBBB321C
CCccc132abcAbcBcaAbAabc23
122aBBaaAAccCCaB



REDUKSI DATA

AAABBBCCCAAAB	aabbaaccaaccbbaacb	113322112233222333
BBAAABBBCCCAA	baabbccccbbbaaccbba	221122332211223322
BBCCAABBCCAAB	abbccaacccbbaacaaba	112222332211222233



Sumber : Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*, (Bandung : Alfabeta, cv., 2011), Cet. XIV, h. 248

Berdasarkan gambar ilustrasi tersebut, maka pengolahan dan analisis data dalam penelitian ini ialah pada tahap awal peneliti akan mereduksi atau mengklasifikasikan data sesuai dengan kriteria – kriteria yang menjadi indikator penelitian, pada tahap lanjutan peneliti akan men – *display* data tersebut sebelum nantinya pada tahapan akhir akan dianalisis oleh peneliti. Adapun analisis yang peneliti lakukan ialah berpinjakan pada teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini (*theoretical construct*).

E. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Pada penelitian kali ini peneliti akan menggunakan metode uji kredibilitas (*credibility*), uji kebergantungan (*dependability*); serta uji kepastian

(*confirmability*).²¹⁸ Uji kredibilitas (credibility) bermakna sebuah derajat kepastian dari sebuah materi yang dapat dicocokan kepada obyek senyatanya ataupun yang berhasil didapatkan melalui cara yang pantas.²¹⁹ Sementara uji kebergantungan (dependability) merupakan teknik pemeriksaan yang dilakukan dengan mengaudit keseluruhan penelitian dengan tujuan agar data yang dihasilkan memiliki derajat keyakinan tinggi, serta uji kepastian (*confirmability*) merupakan teknik yang dilakukan untuk menguji derajat keobyektifan penelitian.²²⁰

F. Konsep Evaluasi

No	Konsep yang ingin diteliti	Indikator	Sumber
1.	<i>Integrated Marketing Communication (IMC)</i> : - Periklanan (<i>Advertising</i>) - Pemasaran Langsung (<i>Direct Marketing</i>) - Pemasaran internet / interaktif (<i>Interactive / Internet Marketing</i>)	Mengetahui implementasi <i>Integrated Marketing Communication</i> secara umum	Wawancara Informan (Dompet Dhuafa Cabang DIY & Donatur)
		Mengetahui implementasi IMC Dompet Dhuafa Cabang DIY dengan model <i>advertising</i> (media cetak, elektronik, serta luar ruangan)	Wawancara Informan (Dompet Dhuafa Cabang DIY & Donatur)
		Mengetahui implementasi IMC Dompet Dhuafa Cabang DIY dengan model <i>direct response communication</i> (<i>direct selling, direct mail, telemarketing, direct broadcasting</i>)	Wawancara Informan (Dompet Dhuafa Cabang DIY & Donatur)

²¹⁸ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Ibid.*, h.. 319-320

²¹⁹ Diambil dari : <http://www.igi-global.com/dictionary/data-credibility/6708>. Diakses pada tanggal 28 April 2017, pada pukul 8.54.

²²⁰ M. Djunaidi Ghony & Fauzan Almanshur, *Ibid.*, h.. 319-320

	<ul style="list-style-type: none"> - Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>) - Publisitas / Humas (<i>Publicity / Public Relation</i>) - Pemasaran Pribadi (<i>Personal Selling</i>) - <i>Event promotion</i> <p>(Morrisan M. A, <i>Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu</i>, (Jakarta : Kencana Prenada Media Group, 2010), Cet. I, h.17</p>	<p>Mengetahui implementasi IMC Dompet Dhuafa Cabang DIY dengan model <i>public relation</i> (pengoptimalan siaran pers, <i>backgrounder</i>, media internal, laporan tahunan, <i>advertorial</i>, <i>newsletter</i>, prospectus, kolom komentar pembaca, iklan layanan masyarakat)</p> <p>Mengetahui implementasi IMC Dompet Dhuafa Cabang DIY dengan model <i>event promotion</i> (pameran, peresmian tempat baru <i>grand opening</i>, <i>marketing gathering</i>, konferensi pers, seminar / workshop, program edukasi, <i>anniversary event</i>)</p> <p>Mengetahui media komunikasi yang digunakan sebagai implementasi IMC dalam penggalangan donasi</p> <p>Mengetahui pemahaman masyarakat akan program donasi yang dirancang oleh Dompet Dhuafa Cabang DIY dan disebarluaskan melalui media komunikasi</p> <p>Mengetahui respon <i>real</i> seperti apakah yang diberikan masyarakat kala Dompet Dhuafa Cabang DIY mengimplementasikan IMC pada program penggalangan donasi</p> <p>Mengetahui kelebihan dan kekurangan apa yang dimiliki Dompet Dhuafa Cabang DIY dalam mengimplementasikan IMC pada program penggalangan donasi</p>	<p>Wawancara Informan (Dompet Dhuafa Cabang DIY & Donatur)</p>