

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Tipe Penelitian**

Dalam skripsi ini, penulis memakai tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tipe penelitian ini hanya terbatas pada bahasan menggambarkan suatu masalah, peristiwa dan keadaan secara objektif, sistematis dan cermat seperti keadaan yang sebenarnya yang menjadi objek kajian tersebut. Sehingga, bersifat analisa dalam mengungkapkan fakta mengenai keadaan yang sebenarnya, dan peneliti hanya bersifat sebagai pengamat. Penelitian deskriptif ditujukan untuk :

1. Mengumpulkan informasi actual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada.
2. Mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi atau praktek-praktek yang berlaku.
3. Membuat perbandingan atau evaluasi.
4. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang.<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Jalaludin Rakhmat, *Metode Penelitian Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, hal 25

Tipe penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi, melainkan hanya menggambarkan variabel demi variabel, dari definisi diatas maka penelitian ini digunakan bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan promo program sinetron cinta fitri dari pertengahan tahun 2007 hingga sekarang, dan dilihat dari ilustrasi, visualisasi, naskah dan juga daya tariknya.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu, dan terdapat empat kata kunci yang harus diperhatikan, yaitu :

a. Cara ilmiah

Kegiatan penelitian yang didasarkan pada cirri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.

b. Data

Data yang diperoleh peneliti adalah data empiris (teramati) yang mempunyai kriteria tertentu, yaitu Valid yang menunjukkan derajad ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

c. Tujuan

Setiap penelitian pasti ada tujuannya dan secara umum tujuan ada tiga macam yang bersifat *penemuan*, *pembuktian* dan *pengembangan*.

d. Kegunaan

Dengan data yang diperoleh oleh peneliti dapat digunakan orang banyak dalam *memahami*, *memecahkan* dan *mengantisipasi masalah*.

Metode penelitian kualitatif sering disebut juga metode penelitian naturalistik, karena penelitiannya dilakukan pada kondisi yang alamiah (*natural setting*).

Lincoln da Guba (1985) didalam bukunya Prof. Dr. Sugiyono mengatakan bahwa: '*Naturalistic sampling is, then, very different from konvensional sampling. It is based on informational, not statistical, considerations. Its purpose is to maximize information, not to facilitate generalization*'. Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif (naturalistik) sangat berbeda dengan penentuan sample dalam penelitian konvensional (kuantitatif). Penentuan sampel dalam penelitian kualitatif tidak didasarkan perhitungan statistic. Sampel yang dipilih berfungsi untuk mendapatkan informasi yang maksimum dan bukan untuk digeneralisasikan<sup>18</sup>.

Dalam penelitian kualitatif instrumennya adalah orang atau *human instrument*, yaitu peneliti sendiri, maka peneliti harus memiliki bekal teori dan wawasan yang luas sehingga mampu bertanya, menganalisis dan mengkonstruksikan situasi sosial yang diteliti menjadi lebih jelas dan bermakna, teknik pengumpulan

---

<sup>18</sup> Prof. Dr. Sugiyono, *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Cv. Alfabetika, 2010. hal 219

datanya bersifat triangulasi yaitu menggunakan berbagai teknik pengumpulan datanya secara gabungan atau simultan dan analisis data yang dilakukan bersifat induktif yang berdasarkan fakta-fakta yang ditemukan dilapangan yang kemudian dikonstruksikan menjadi hipotesa atau teori. Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam dan sebenar-benarnya, oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan generalisasi tapi lebih menekankan pada makna.

Penelitian proses kreatif pembuatan iklan promo program sinetron cinta fitri di SCTV menggunakan metode studi kasus. Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok jika pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, peneliti memiliki peluang mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diteliti, dan berdasarkan penelitiannya yaitu deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif.<sup>19</sup> Kasus yang diangkat adalah Iklan promo program sinetron cinta fitri tahun 2010. Dan penulis akan mencoba menganalisa proses kreatif apa saja yang dilakukan tim promo SCTV dalam pembuatan iklan promo sinetron cinta fitri.

### **3.3 Teknik Pengumpulan Data**

Untuk keperluan menganalisa strategi kreatif promosi program sinetron di SCTV, peneliti mengumpulkan sejumlah data yang berasal dari dalam perusahaan untuk. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu dengan cara mengumpulkan data berupa kata tertulis ataupun lisan dari orang-orang yang terkait.

---

<sup>19</sup> Yin, Robert K.; (1984), “*Case Study Research: Design and Methods*”, (Beverly Hills: Sage Publication, 1984), hal 78.

Penelitian deskriptif sumbernya berasal dari : wawancara, catatan lapangan, dan dokumen resmi. Peneliti melakukan dua macam pendekatan dalam mengumpulkan data, seperti :

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan<sup>20</sup>. Tehnik dan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan studi dokumen, *interview guide*, dan sebagainya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dengan menggunakan teknik pengumpulan data, observasi dan interview atau wawancara terhadap tim promo SCTV sebagai pelaku dari pembuatan iklan promo sinetron cinta fitri, yaitu dengan tanya jawab secara langsung dengan tim kreatif promo sctv tentang objek yang diteliti, dan apa saja yang disiapkan mereka dalam merancang suatu proses pembuatan iklan promo yang kreatif yang dapat menarik perhatian para pemirsa televise, khususnya para pencinta sinetron cinta fitri. Dan juga nantinya diharapkan *feedback* dari para pemirsa atas program yang dipromosikan .

### 2. Data Skunder

---

<sup>20</sup> Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta, 2007, hal. 43

Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya. Data ini dapat diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder. Data sekunder bisa berasal dari studi kepustakaan dan lokakarya/ seminar/ diskusi. Studi pustaka dilakukan dengan membaca dan menganalisis hasil publikasi media dan penerbitan yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah baik sebagai sumber rujukan maupun sumber data, dan sebagai sarana untuk mendapatkan informasi yang behubungan dengan judul yang sedang diteliti seperti buku-buku, dan sumber lainnya sebagai bahan tambahan data.

### **3.4 Key Informasi**

Nara sumber yang dapat dimintai keterangan untuk mendapatkan data yang palit dalam penelitian ini dan untuk dijadikan dasar bahan informasi sebagai berikut,yaitu :

1. Bapak Sunarso (Manager Promo SCTV)
2. Bapak Karyanto (Creative director Promo SCTV)

Menurut penulis mereka berdualah yang berkompeten dalam menjelaskan pertanyaan-pertanyaan diajukan penulis, khususnya bapak karyanto yang bertanggung jawab secara langsung dalam penggarapan promo iklan Sinetron Cinta Fitri di SCTV. Sementara Bapak Sunarso bertanggung jawab atas pekerjaan yang dilakukan oleh tim bapak karyanto kepada managemen SCTV sebagai atasannya.

### **3.5 Definisi Konsep**

Proses kreatif pembuatan iklan promo adalah proses kegiatan yang dilakukan tim promo SCTV dalam pembuatan iklan promo program sinetron cinta fitri. Dimana pembuatan iklan promo tersebut meliputi bagaimana merancang big idea-nya, kemudian dituangkan dalam storyline seperti apa, dan diterjemahkan kedalam gambar dengan storyboard.

Pembuatan iklan promo sinetron cinta fitri yang dilakukan tim promo SCTV, bertujuan untuk menarik perhatian pemirsa sinetron cinta fitri dan penonton lainnya, juga sebagai pengingat akan sinetron cinta fitri yang tetap eksis dan menjadi leader pada jam penayangannya.

### **3.6 Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini, focus penelitian yang digunakan adalah sebagaimana berikut:

- *Big Idea*

Pencarian informasi-informasi yang banyak dalam bentuk keyword yang berhubungan dengan produk yang akan dikomunikasikan

- *Storyline*

Alur cerita yang dituangkan dalam bentuk tulisan untuk mengkomunikasikan sebuah pesan.

- *Storyboard*

Alur cerita yang dituangkan dalam bentuk gambar untuk mengkomunikasikan sebuah pesan.

### **3.7 Analisis Data**

Analisis data yang digunakan dalam tesis ini adalah analisis deskriptif yang mencoba menggambarkan peranan Departemen Promosi atau tim promo SCTV, melalui pembuatan iklan promo program sinetron cinta fitri, dalam meningkatkan citra perusahaan dan sinetron tersebut.

Data di peroleh melalui teknik pengumpulan data yang telah ditentukan, data-data tersebut dihimpun untuk dipelajari dan dijabarkan tentang cara pikir tim kreatif SCTV dalam membentuk komunikasi lewat media promo iklan yang mereka sajikan lewat tayangan-tayangan, dan data tersebut di deskripsikan secara kualitatif yang sesuai dengan tujuan penelitian yaitu mengetahui proses kreatif apa yang dilakukan tim promo SCTV dalam mengemas pembuatan iklan promo sinetron cinta fitri.

Hasil dari wawancara dilapangan yang telah dilakukan sebelumnya dikelompokkan ke dalam beberapa kategori. Setelah diklasifikasikan dengan benar, maka data kemudian dianalisis dan diinterpretasikan untuk mendapatkan makna yang tepat, kemudian dirumuskan menjadi sebuah rumusan yang lebih jelas dan

mempermudah pemahaman. Hasilnya dilaporkan dalam bentuk transkrip dan merupakan sebuah hasil analisis kontekstual. Data hasil wawancara dan analisis situasi ini diharapkan bisa menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan dalam perumusan masalah penelitian ini.