

### **III. METODE PENELITIAN**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan jenis penelitian kualitatif. Menurut Nazir (2013) metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Tujuan dari penelitian deskriptif ini adalah untuk membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antar fenomena yang diselidiki. Penelitian ini akan terfokus pada pendeskripsian secara rinci dan mendalam mengenai gambaran kondisi lapangan sesuai dengan apa yang sebenarnya terjadi di lapangan. Jenis penelitian ini akan mampu menangkap berbagai informasi kualitatif dengan deskripsi teliti dan penuh nuansa, data yang dikumpulkan berwujud kata-kata dalam kalimat atau gambar yang mempunyai arti lebih dari sekedar pernyataan jumlah ataupun frekuensi dalam bentuk angka.

#### **A. Teknik Pengambilan Responden**

##### **1. Penentuan Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dipilih secara sengaja yaitu Sellie Coffee. Awalnya terdapat dua alternatif tempat, Kedai Sellie Coffee dan Kedai Klinik Kopi. Kedua kedai tersebut menerima dampak positif *Indirect Promotion* dari keikutsertaannya dalam film *Ada Apa Dengan Cinta 2* dan kedua-duanya berada di Yogyakarta. Kemudian

Sellie Coffee yang dipilih sebagai lokasi penelitian karena, selain karena akses lokasi Kedai Sellie Coffee yang lebih mudah dijangkau dibanding Klinik Kopi, juga pada Sellie Coffee pengaruh *indirect promotion* terhadap pengunjung lebih kuat dan mudah terlihat, khususnya jika dicari melewati media sosial. Kedai Sellie Coffee terletak di Jalan Gerilya MG III / 822, Prawirotaman 2, Yogyakarta.

## 2. Pengambilan Responden

Dalam penelitian kualitatif yang dikenal adalah subjek atau responden. Responden dalam penelitian kualitatif tidak berfungsi mewakili populasi, tetapi mewakili informasi. Oleh sebab itu, penentuan subjek penelitian ini bukan pada besarnya jumlah orang yang diperlukan untuk memberikan informasi (data), melainkan siapa saja di antara mereka yang lebih banyak terlibat dalam fenomena atau mereka yang memiliki informasi penting yang diperlukan dalam penelitian. Metode pengambilan responden penelitian ini menggunakan metode *purposive*, yaitu penentuan responden yang dipilih secara sengaja. Teknik ini dimaksudkan untuk menentukan responden-responden yang memang mewakili sejumlah informasi yang dibutuhkan dalam penelitian. (Ahmadi, 2014).

Responden yang diambil dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung ke Sellie Coffee dan mengetahui Sellie Coffee menjadi salah satu lokasi syuting film *Ada Apa Dengan Cinta 2*. Responden dalam penelitian ini berjumlah 18 orang. Responden ini dipilih karena peneliti mengutamakan responden yang memiliki pengetahuan tentang film *Ada Apa Dengan Cinta 2* sehingga mampu memahami

maksud dari penelitian dan dapat memberikan informasi yang dibutuhkan dengan baik. Sebelum melakukan wawancara, peneliti menjelaskan terlebih dahulu terkait dengan penelitian ini. Peneliti memutuskan untuk berhenti mencari data pada responden ke-18 ketika data penelitian jenuh/berulang dan tidak terdapat penemuan baru. Setelah data yang diperoleh dari responden, peneliti melakukan pembahasan secara deskriptif dan kemudian menarik kesimpulan.

Empat dari 18 responden dalam penelitian ini merupakan kerabat peneliti sendiri. Hal ini dikarenakan, selain karena mereka memenuhi kriteria responden penelitian, kedekatan peneliti dengan responden memudahkan komunikasi peneliti dalam menggali informasi yang diperlukan. Dalam melakukan penelitian, peneliti menemukan kesulitan untuk menggali informasi secara mendetail pada sebagian besar responden. Hal ini, *boleh jadi*, disebabkan oleh ketidaknyamanan responden saat kesibukannya terganggu sehingga menyebabkan jawaban yang diberikan saat wawancara berlangsung tidak maksimal atau ketidak-cakapan peneliti dalam menguasai situasi wawancara. Oleh karena itu, pemilihan kerabat peneliti sebagai responden sangat membantu peneliti dalam melengkapi data yang diperlukan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, peneliti melihat terdapat dua perbedaan tanggapan responden berdasarkan usia; responden usia 30 cenderung memberikan tanggapan dan jawaban yang lebih terbuka dibanding yang berusia dibawah 30 tahun.

Dalam penelitian ini perlu diperhatikan bahwa reponden dibedakan menjadi dua kategori didasarkan pada kunjungan, “pernah” dan “baru”. “Pernah” artinya,

sebelum Sellie Coffee ikut serta dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2, responden sudah pernah mengunjungi kedai, sedangkan “baru” artinya, responden baru melakukan kunjungan setelah Sellie Coffee ikut serta dalam film Ada Apa Dengan Cinta 2. Berdasarkan data yang diperoleh peneliti, 6 orang responden kategori “sudah” dan 12 orang responden kategori “baru”. Pengkategorian responden ini dimaksudkan karena terdapat perbedaan yang membantu peneliti dalam menganalisis data.

## **B. Metode Pengumpulan Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

1. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari responden. Data ini diperoleh melalui wawancara secara mendalam dengan menggunakan *question guide* sebagai panduan wawancara secara langsung kepada responden penelitian ini di Sellie Coffee
2. Data Sekunder adalah data pendukung data primer atau data primer yang telah diolah. Data ini terdiri dari data Sellie Coffee dan hasil penelitian terdahulu (Jurnal, Skripsi, dan Disertasi). Data sekunder digunakan untuk memberikan tambahan informasi, seperti contohnya data terkait Sellie Coffee (menu, pendapatan, jumlah pengunjung, dan lain-lain), data mengenai Film Ada Apa Dengan Cinta 2 (*scene* di Sellie Coffee) dan tulisan Irvan Sjafari di kolom

*Kompasiana.com*. Hasil data sekunder digunakan untuk mendukung dasar dan analisa penelitian.

### **C. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel**

1. Profil kedai Sellie Coffee adalah identitas atau suatu ciri yang menjadi latar belakang kedai dan dapat menjadi pembeda dengan kedai kopi yang lainnya. Profil kedai Sellie Coffee meliputi :
  - a. Sejarah adalah latar belakang atau keadaan masa lalu yang membuat kedai Sellie Coffee tersebut terbentuk.
  - b. Lokasi adalah tempat kedai tersebut berdiri atau beroperasi.
  - c. Fasilitas adalah hal-hal tambahan berupa alat, ruang, dan lainnya yang disediakan untuk kosumen mengkonsumsi kopi di kedai Sellie Coffee.
  - d. Manajemen adalah cara pengelolaan kedai yang dilakukan secara profesional.
  - e. Menu adalah daftar produk yang dijual kepada kosumen yang datang ke kedai Sellie Coffee.
2. Film *Ada Apa Dengan Cinta 2* adalah film dirilis oleh *Miles Production* di bioskop Indonesia pada tanggal 28 April 2016. Film ini juga diputar di bioskop Brunei Darussalam dan Malaysia. Film ini menjadikan Sellie Coffee sebagai salah satu lokasi syuting.
  - a. *Scene* adalah bagian dari film, potongan adegan dalam beberapa menit di dalam film yang menampilkan Sellie Coffee didalamnya.
  - b. Citra kedai adalah kesan yang tersirat dalam film *Ada Apa Dengan Cinta 2* mengenai kedai Sellie Coffee.

3. Media Sosial adalah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Beberapa dari media sosial ini juga dipakai oleh responden.
  - a. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil dan membagi foto terkait film Ada Apa Dengan Cinta 2 dan Sellie Coffee ke sesama pengguna.
  - b. Youtube sebuah situs berbagi video yang memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Beberapa video terkait film Ada Apa Dengan Cinta 2 dapat dengan mudah diakses disini.
  - c. Twitter adalah layanan jejaring sosial yang memungkinkan pengguna mengirim dan membaca pesan berbasis teks hingga 140 karakter. Pada awal rilis film Ada Apa Dengan Cinta 2, informasi terkait film tersebut dapat dengan mudah ditemukan di twitter.
4. Efek behavioral merupakan gambaran perilaku konsumen, keinginan konsumen untuk berkunjung ke Sellie Coffee setelah menonton film Ada Apa Dengan Cinta 2.
  - a. Kunjungan konsumen adalah kedatangan konsumen ke Sellie Coffee.
  - b. Tujuan kunjungan adalah alasan konsumen berkunjung ke Sellie Coffee setelah menonton film Ada Apa Dengan Cinta 2.
  - c. Aktivitas pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli menu yang ada di Sellie Coffee saat berkunjung.

- d. Aktivitas non pembelian merupakan kegiatan yang dilakukan oleh konsumen saat berkunjung ke Sellie Coffee selain untuk mengkonsumsi menu. Seperti misalnya; berfoto, memuaskan rasa penasaran, wawancara dan lain-lain.
  - e. Frekuensi adalah ukuran jumlah kedatangan konsumen ke Sellie Coffe sebelum atau sesudah menonton film Ada Apa Dengan Cinta 2.
5. Profil konsumen adalah latar belakang konsumen atau keadaan dari diri konsumen yang membedakan dengan orang lain. Adapun variabel dari karakteristik konsumen antara lain :
- a. Usia adalah rentan waktu konsumen sejak dilahirkan hingga sekarang. Usia akan di ukur dengan satuan tahun.
  - b. Jenis Kelamin adalah keadaan seksualitas konsumen sejak dilahirkan. Dikelompokan kedalam perempuan dan laki-laki.
  - c. Pendidikan adalah jenjang pendidikan formal yang paling tinggi yang telah di ikuti konsumen. Dikelompokan dalam SD, SMP, SMA, DIPLOMA, Sarjana, Magister, Doktor.
  - d. Pekerjaan adalah kegiatan pokok yang selalu dilakukan oleh konsumen setiap harinya. Dikelompokan dalam Pelajar/Mahasiswa, Pegawai Negeri Sipil, Karyawan Swasta, Wirausaha, dan Lainnya.
  - e. Pendapatan adalah satuan hasil berupa uang yang diperoleh dan dianggarkan konsumen perbulannya untuk keperluan hidup konsumen.

#### **D. Teknik Analisis Data**

Setelah melakukan pengumpulan data berupa wawancara, seluruh data yang terkumpul kemudian diolah. Data dianalisis menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu dengan mendeskripsikan secara menyeluruh data yang didapat selama proses penelitian. Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012), mengungkapkan bahwa dalam mengolah data kualitatif dilakukan melalui tahap reduksi, sajian data, dan penarikan kesimpulan.

##### **1. Reduksi data (*data reduction*)**

Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan (Sugiyono 2012). Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya, serta membuang informasi yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya dan mencarinya jika diperlukan. Data yang di reduksi antara lain seluruh data mengenai permasalahan penelitian.

##### **2. Sajian data (*data display*)**

Setelah data di reduksi, langkah analisis selanjutnya adalah penyajian data. Penyajian data merupakan sebagai sekumpulan informasi yang terusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan.



Penyajian data diarahkan agar data hasil reduksi terorganisaikan, tersusun dalam pola hubungan sehingga makin mudah dipahami. Penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian naratif, bagan, hubungan antar kategori serta diagram alur. Penyajian data dalam bentuk tersebut mempermudah peneliti dalam memahami apa yang terjadi. Pada langkah ini, peneliti berusaha menyusun data yang relevan sehingga informasi yang didapat disimpulkan dan memiliki makna tertentu untuk menjawab masalah penelitian.

### 3. Penarikan simpulan dan verifikasi (*conclusion drawing*)

Tahap ini merupakan tahap penarikan kesimpulan dari semua data yang telah diperoleh sebagai hasil dari penelitian. Penarikan kesimpulan atau verifikasi adalah usaha untuk mencari atau memahami makna/arti, keteraturan, pola-pola, penjelasan, alur sebab akibat atau proposisi. Sebelum melakukan penarikan kesimpulan terlebih dahulu dilakukan reduksi data, penyajian data serta penarikan kesimpulan atau verifikasi dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Sesuai dengan pendapat Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2012), proses analisis tidak sekali jadi, melainkan interaktif, secara bolak-balik diantara kegiatan reduksi, penyajian dan penarikan kesimpulan atau verifikasi selama waktu penelitian. Setelah melakukan verifikasi maka dapat ditarik kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang disajikan dalam bentuk narasi. Penarikan kesimpulan merupakan tahap akhir dari kegiatan analisis data. Penarikan kesimpulan ini merupakan tahap akhir dari pengolahan data.