

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Setiap penelitian menggunakan metode pendekatan yang berbeda – beda sesuai dengan kebutuhan dari penelitian itu sendiri. Pendekatan yang dimaksud adalah cara atau strategi bagi sebuah penelitian untuk mendapatkan data yang di butuhkan dalam sebuah penelitian.

3.1.1 Penelitian Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif mengkaji dan menganalisis suatu fenomena secara deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berupaya memahami suatu fenomena pada subjek penelitian secara deskripsi dengan konteks alamiah dan menggunakan metode - metode ilmiah (Moleong , 2013:6). Penelitian kualitatif di tulis berdasarkan keadaan yang nyata terjadi pada suatu objek. Sehingga, penelitian yang di tulis dapat menjelaskan secara rinci mengenai suatu fenomena yang terjadi pada suatu subjek.

Penelitian dengan desain kualitatif bermaksud untuk memahami fenomena – fenomena tentang hal apa saja yang dialami oleh subyek penelitian yang meliputi perilaku, motivasi, tindakan dan lain – lain secara holistik (Lubis & Sulviawati ,

2013:12). Dengan dasar tersebut bisa di katakan bahwa penelitian kualitatif bersumber pada pengalaman dari subjek dari penelitian itu sendiri. Jika di simpulkan, Penelitian kualitatif mempelajari proses awal terjadinya suatu fenomena bahkan setelah fenomena itu terjadi.

Sedangkan Menurut Creswell (dalam Djam'an satori & Aan komariah, 2017:24) definisi dari Penelitian kualitatif yaitu:

“Penelitian kualitatif adalah suatu proses inkuiri tentang pemahaman berdasar pada tradisi – tradisi metodologis terpisah. Jelas pemeriksaan bahwa menjelajah suatu masalah sosial atau manusia. Peneliti membangun suatu kompleks, gambaran holistik, meneliti kata – kata, laporan – laporan memerinci pandangan – pandangan dari penutur asli dan melakukan studi di suatu pengaturan yang alami”.

Penelitian kualitatif mengutarakan hasil dari penelitiannya berdasarkan hal – hal yang terjadi pada fenomena yang di alami oleh suatu subjek lalu mendeskripsikannya dalam bentuk yang dapat di pahami oleh semua orang. Penelitian kualitatif dapat mendeskripsikan keadaan yang nyata terjadi dengan menggunakan teori – teori ilmiah yang ada. Menurut Djam'an satori & Aan komariah (2017:26) karakteristik penelitian kualitatif adalah sebagai berikut :

1. Memiliki latar alamiah dengan sumber data yang langsung dan instrumen kuncinya adalah penelitiannya.

Pengambilan data di lakukan dengan datang langsung kepada lokasi objek penelitiannya dan narasumber – narasumber yang dapat memberikan informasi sesuai kebutuhan penelitian.

2. Bersifat deskriptif.

Data atau fakta yang di himpun berbentuk kata atau gambar daripada angka – angka. Mendeskripsikan sesuatu berarti menggambarkan apa, mengapa dan bagaimana suatu kejadian atau fenomena itu bisa terjadi. Laporan penelitian berisi kutipan – kutipan dari data/fakta yang diungkap di lapangan untuk memberikan ilustrasi yang utuh dan untuk memberikan dukungan terhadap apa yang disajikan.

3. Bekerja dengan fokus pada proses dan hasil merupakan keniscayaan.

Menguji penelitian kualitatif lebih fokus pada cara pencarian informasi, setelah itu baru bergeser pada hasil penelitian. Karena, pada penelitian kualitatif hasil penelitian merupakan representasi dari proses yang teratur.

4. Cara analisis data di lakukan secara induktif.

Penelitian kualitatif tidak mencari data/fakta untuk kepentingan pembuktian atau penolakan terhadap teori atau konsep yang ada. Penelitian kualitatif mencari fakta – fakta yang banyak dan beragam agar dapat menghasilkan suatu kesimpulan yang berarti. Induktif berarti menemukan bentuk utuh dan bermakna dari hasil gambaran – gambaran atau fakta – fakta yang di temukan pada saat mengumpulkan data. Lalu, data tersebut di analisis dan di sintesiskan menghasilkan suatu kesimpulan.

5. Menjadikan “makna” sebagai hal yang esensial.

Penelitian kualitatif mementingkan makna dan artinya sehingga penelitian mengeksplorasi data mendalam dan menemukan makna dari yang terungkap. Apabila hanya mengandalkan angket sebagai instrumen pengumpul data, akan sulit menangkap perilaku tersembunyi yang hanya dapat dirasakan saat

berinteraksi atau dari sikap – sikap yang di tunjukan dalam suatu konteks tertentu.

6. Fokus studi sebagai batas penelitian.

Penetapan fokus studi dalam penelitian kualitatif adalah sebagai batas penelitian sehingga tidak menimbulkan kebingungan dalam memverifikasi, mereduksi, dan menganalisis data.

7. Desain awalnya bersifat tentatif dan verifikatif.

Desain penelitian kualitatif tidak dapat di tentukan secara baku dan kaku. Kebakuannya tergantung pada tujuan pencarian data dan fokus studi yang di eksplorasi. Kesulitan menetapkan rancangan secara baku sejak awal di sebabkan karena penelitian kualitatif mementingkan proses di bandingkan dengan hasil akhir dan penelitian tidak dapat menebak secara pasti apa yang akan terjadi baik urutan kegiatan maupun batasan masalah dapat berubah – ubah tergantung pada kondisi dan banyaknya gejala – gejala yang di temukan.

8. Penelitian kualitatif menggunakan kriteria khusus untuk ukuran keabsahan data.

Penelitian kualitatif terpercaya dan *valid* karena rekam jejak suatu penelitian memiliki tingkat kepercayaan tinggi antara data satu dengan sumber data lainnya, tertib secara formal dan material, di catat dalam suatu catatan lapangan yang cermat dan taat asas sehingga orang yang meragukan dapat mengkonfirmasi data secara mudah.

Penjelasan dari karakteristik penelitian kualitatif menjelaskan bahwa penelitian kualitatif tidak hanya menjelaskan apa yang terjadi secara nyata akan tetapi pada akhirnya akan menjawab pertanyaan dari penelitian itu sendiri sebagai mana penelitian pada umumnya dengan menggunakan data – data yang di dapat

serta pemahaman mengenai makna yang di lakukan atau di utarakan oleh subjek penelitian.

3.1.2 Metode Studi Kasus

Studi kasus adalah serangkaian kegiatan ilmiah yang di lakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa tersebut (Mudjia Raharjo, 2017:3). Penelitian bertujuan untuk memahami suatu fenomena dari suatu subjek dengan menggali informasi yang berkaitan dengan tema penelitian secara mendalam. Sehingga, dalam pengajuan pertanyaan – pertanyaan yang ada perlu di pertimbangkan fungsi juga maksud dari pertanyaan tersebut dalam konteks kebutuhan penelitian. Kata tanya apa atau *what* berfungsi dalam mendapatkan informasi deskriptif (*descriptive knowledge*), Kata tanya bagaimana atau *how* di gunakan untuk memperoleh informasi eksplanatif (*explanative knowledge*), dan kata tanya mengapa atau *why* di gunakan untuk memperoleh informasi eksploratif (*explorative knowledge*) (Yin dalam Mudjia Raharjo, 2017:4). Penggunaan pertanyaan dengan menggunakan bentuk pertanyaan bagaimana dan mengapa menjadi cara yang tepat guna memperoleh informasi yang lebih dalam tentang sebuah fenomena yang di teliti. Pertanyaan yang di ajukan kepada subjek menjadi kunci utama dalam memperoleh informasi yang di butuhkan dalam penelitian.

Jenis studi kasus yang di gunakan dalam penelitian ini adalah Studi kasus prospektif. Dimana studi tersebut di lakukan dalam rangka untuk menemukan kecenderungan dan arah perkembangan suatu kasus atau fenomena yang ada

(Endraswara, 2013:78). Tindak lanjut dari studi kasus seperti ini berupa penelitian tindakan (*Action Research*) yang di lakukan oleh orang lain yang berkompeten (Endraswara, 2013:78). Film *Night Bus* yang menjadi film terbaik di ajang *Festival Film Indonesia 2017* akan tetapi memiliki jumlah penonton yang rendah di bandingkan film – film lainnya yang masuk dalam kategori nominasi seperti film *Kartini* atau *Posesif* sehingga studi kasus prospektif adalah cara yang tepat dalam melakukan penelitian ini.

Studi kasus memiliki tiga kriteria yang menurut Mudjia Raharjo (2017:10) yang harus di penuhi layaknya metode penelitian kualitatif lainnya. Yaitu :

1. Alamiah, yang berarti bahwa kegiatan untuk mendapatkan data sesuai dengan keadaan yang ada tanpa perlu perlakuan – perlakuan khusus pada subjek penelitian maupun lokasi penelitiannya.
2. Holistik, yang berarti bahwa informasi yang di peroleh dari fakta atau realitas dapat menjadi data yang komperhensif sehingga tidak meninggalkan informasi yang tersisa. Untuk mendapatkan data yang komperhensif, informasi tidak hanya di cari dan di dapat dari informan utama atau partisipan, tetapi juga dari orang – orang di sekitar subjek penelitian termasuk juga catatan – catatan kegiatan maupun dokumentasi yang ada.
3. Mendalam artinya memahami makna yang tersurat maupun tersirat. Studi kasus menuntut kepekaan teoritik karena metode studi kasus berupaya untuk dapat mengungkap hal yang mendalam dimana hal tersebut tidak di sadari ataupun tidak dapat di ungkap oleh orang biasa.

Metode studi kasus pada umumnya mengandalkan tehnik *In-depth Interview* untuk mendapatkan informasi dari subjek. Sehingga, penulis perlu

melakukan wawancara kepada subjek yang di anggap berpengaruh dalam merumuskan strategi komunikasi pemasaran film *Night Bus*. Beberapa tehnik lain seperti observasi dan dokumentasi menjadi hal yang perlu di lakukan guna mendapatkan data lain sebagai penguji kredibilitas data yang di dapat dari hasil wawancara kepada informan.

3.2. Sumber Data

Sumber data dari penelitian kualitatif adalah informasi yang di dapatkan melalui narasumber dan juga pengamatan – pengamatan yang di lakukan oleh penulis. Pengamatan di lakukan untuk melihat dan mendokumentasikan fenomena yang terjadi dalam kegiatan yang di teliti dan pencarian informasi dari narasumber untuk mengetahui segala bentuk rencana, tujuan dan juga target dari subjek yang di teliti.

Data terdiri dari 2 jenis, yaitu data primer dan sekunder. Pengertian dari kedua jenis data tersebut adalah sebagai berikut :

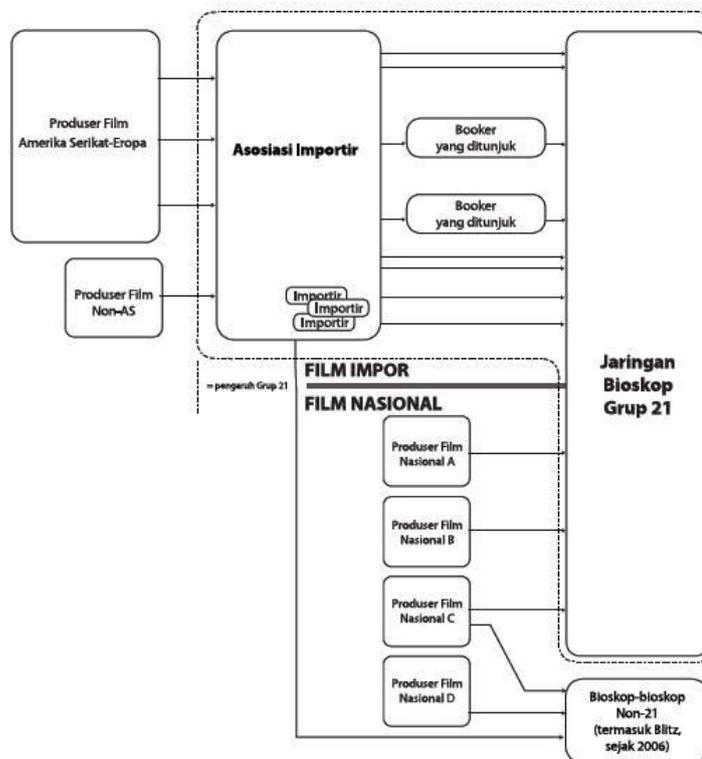
1. Data primer adalah data yang di dapat langsung dari objek penelitian melalui tehnik pengumpulan data seperti wawancara, observasi dan dokumentasi. Pengumpulan data primer tidak selalu berasal dari satu objek saja melainkan dari beberapa objek yang relevan dalam memberi informasi bagi penelitian tersebut.
2. Data sekunder adalah data yang di perlukan guna mendukung dan menguji hasil penelitian melalui literatur, studi pustaka dan sumber – sumber lain yang relevan dengan penelitiannya. Kajian – kajian atau bahkan pernyataan – pernyataan dari media berita dapat menjadi sumber data sekunder ketika hal

tersebut berhubungan dengan penelitian yang sedang di lakukan. Contohnya, dalam kajian bioskop untuk rakyat yang secara tidak langsung memberi informasi bahwa bioskop cenderung di kunjungi oleh masyarakat dengan kelas ekonomi menengah atas.

Kedua jenis data tersebut sama pentingnya. Karena dalam penelitian kualitatif perlu adanya saling mengkonfirmasi dan melengkapi data satu dengan lainnya berdasarkan sumber yang berbeda namun saling terkait satu sama lain. Hal tersebut akan menjelaskan fenomena yang terjadi pada subjek penelitian.

3.3 Operasional Parameter

Untuk memberikan valuasi dari penjualan sebuah film berarti perlu memahami juga skema dari distribusi film Indonesia sebelum akhirnya dapat tayang di Bioskop ataupun *platform* lain. Film – film yang di tayangkan di bioskop Indonesia umumnya memiliki 2 kategori, yaitu film impor dan film lokal. Film impor dan film lokal memiliki jalur distribusi yang berbeda dari mulai peran distributor yang mendistribusikan film – filmnya hingga jaringan bioskop konvensional yang di hinggapi . Saluran distribusi film Indonesia melalui skema tanpa perantara yaitu antara pembuat film dengan jaringan bioskop. Berbeda dengan film – film yang di impor. Film yang berasal dari Amerika akan melalui asosiasi importir dimana asosiasi tersebut memiliki tugas untuk mendistribusikan film yang di hasilkan oleh pembuat film di negaranya kepada berbagai jaringan sinema di berbagai negara. Dalam lingkup Asia, film yang berasal dari Kawasan Asia dapat di distribusikan melalui asosiasi atau hubungan langsung antara pembuat film dan jaringan bioskop.



Gambar 3.1 Fase Distribusi Internal

Sumber : Ekky Imanjaya, Eric Sasono, Hikmat Darmawan, Ifan Adriansyah Ismail (2011) dalam film Menjegal Film Indonesia: Pemetaan Ekonomi Politik Industri Film Indonesia.

Gambar 3.1 menunjukkan tentang bagaimana sebuah film di distribusikan. Di Indonesia, yang berperan dalam melakukan distribusi karya film yang telah rampung dan siap tayang adalah produsernya itu sendiri. Distribusi film tidak hanya dilakukan dalam rangka menayangkan filmnya di bioskop akan tetapi penyaluran ke dalam festival – festival film, media DVD Blu- Ray, di jual melalui aplikasi berbasis *online* seperti *Playstore* atau *iTunes* dan di tayangkan melalui *platform online* seperti *IFlix*, *Netflix*, *HooQ* dan *Hulu* adalah salah satu kegiatan distribusi film itu sendiri. Hal itu dilakukan guna menjual film yang di produksi sehingga mencapai tujuan ekonomis dari pembuatan film itu sendiri.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Parameter

Rumusan Masalah	Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Informan
Bagaimana Pelaksanaan Strategi Komunikasi Pemasaran pihak <i>Night Bus Pictures</i> saat pertama kali mulai melakukan aktivitas penjualan film “ <i>Night Bus</i> ” hingga saat ini.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Advertensi 2. Promosi Penjualan 3. <i>Event & Experiences</i> 4. <i>Public Relations & Publicity</i> 5. <i>Direct & Interactive Marketing</i> 6. <i>Word- Of Mouth marketing</i> 7. <i>Personal Selling</i> 8. Pemasaran Langsung 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>In – Depth Interview</i> 2. Observasi 3. Dokumentasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Media Sosial dan <i>Website Night Bus Pictures</i> 3. Berita seputar film <i>Night Bus</i> 4. Dokumen – Dokumen <i>Night Bus Pictures</i> 	Darius Sinathrya (Produser Film <i>Night Bus</i>)
Bagaimana Kinerja Komunikasi Pemasaran pihak <i>Night Bus Pictures</i> saat pertama kali mulai melakukan aktivitas penjualan film “ <i>Night Bus</i> ” hingga saat ini.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesadaran Merek 2. Citra Merek 3. Tanggapan Merek 4. Hubungan Merek 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>In – Depth Interview</i> 2. Observasi 3. Dokumentasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. <i>Website</i> atau akun <i>Youtube Reviewer Film</i> 3. Berita seputar film <i>Night Bus</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Darius Sinathrya (Produser Film <i>Night Bus</i>) 2. Gorivana Ageza (Analis dan Kritikus Sinema Indonesia)

Rumusan Masalah	Indikator	Teknik Pengumpulan Data	Sumber Data	Informan
Apa hambatan Komunikasi Pemasaran pihak <i>Night Bus Pictures</i> saat pertama kali mulai melakukan aktivitas penjualan film " <i>Night Bus</i> " hingga saat ini.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan (<i>Strenght</i>) 2. Kelemahan (<i>Weakness</i>) 3. Kesempatan (<i>Opportunity</i>) 4. Ancaman (<i>Threat</i>) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>In – Depth Interview</i> 2. Observasi 3. Dokumentasi 4. Penyebaran Kuesioner 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Jawaban Kuisoner 3. Website <i>Film Indonesia dan Cinema Poetica</i> 4. Berita seputar film <i>Night Bus</i> 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Darius Sinathrya (Produser Film <i>Night Bus</i>) 2. Raksa Santana (Pengkaji Sinema Indonesia)
Bagaimana Strategi Komunikasi Pemasaran pihak <i>Night Bus Pictures</i> dalam upaya menarik minat menonton film " <i>Night Bus</i> "	<ol style="list-style-type: none"> 1. Segmentasi Pasar 2. Pola Pemasaran 3. Sarana Pemasaran 4. Rencana Pemasaran 5. Unsur Pembeda 6. Gagasan Logis 	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>In – Depth Interview</i> 2. Observasi 3. Dokumentasi 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Media Sosial dan Website <i>Night Bus Pictures</i> 3. Berita seputar film <i>Night Bus</i> 4. Dokumen – Dokumen <i>Night Bus Pictures</i> 	Darius Sinathrya (Produser Film <i>Night Bus</i>)

Ada 2 posisi penting dalam pengambilan keputusan di distribusi film ada 2, yaitu produser eksekutif dan produser. Produser eksekutif merupakan seorang investor yang membiayai proyek film atau video yang diberikan kepada pembuat film atau *video clip maker* dan juga Produser eksekutif bisa terdiri dari banyak orang. Produser adalah seseorang atau beberapa orang yang bertugas mengelola

segala hal yang berhubungan dengan pembuatan film/video. Produser harus menginisiasi, mengkoordinasi, mensupervisi dan mengontrol segala hal tentang pembiayaan, merekrut personal atau kru dan pengaturan distribusi. Produser akan terlibat pada keseluruhan tahapan proses pembuatan film dari awal sampai akhir. Produser bertanggung jawab kepada Produser Eksekutif yang berhubungan dengan kinerjanya. Di Indonesia, Produser jugalah yang membuat beberapa program dalam rangka promosi film itu sendiri seperti misalnya mengadakan *launching party*, *gala premier*, *red-carpet*, *press – release*, wawancara dengan pers dan *preview* dengan pers.

Kritikus film dalam membangun citra dari film yang di tayangkan di bioskop merupakan hal yang penting. Sebab, Film yang di tayangkan memerlukan afeksi yang terpublikasi untuk menaikkan minat menonton film yang di tayangkan. Kritikus tidak hanya semata menilai film berdasarkan afeksi personalnya atau emosionalnya. Dalam penulisan kritik film, Keperluan akan pengetahuan dari penulis itu sendiri terkait tema dan cerita dari film yang di kritisinya menjadi penting untuk membandingkan realitas yang di bentuk dalam film dan realitas yang nyata terjadi.

Kajian sinema dan film berbeda dari kritik. Sebab, Kajian sinema dan film mempelajari bagaimana pola industri sinema dan film yang berkembang pada suatu negara, Peminatan masyarakat pada regional tertentu terkait menonton film dan juga wajah dari suatu daerah atau negara dalam karya audio visual berupa film. Kajian sinema dalam penelitian ini di butuhkan untuk menilai minat pasar sinema terhadap karya film tertentu dan juga memahami secara utuh bagaimana kondisi sinema Indonesia yang ada pada saat ini.

3.4 Tehnik Pengumpulan Data

Tehnik pengumpulan data adalah serangkaian cara atau metode yang di gunakan untuk mendapatkan informasi yang di butuhkan dalam penelitian. Tehnik yang di gunakan dalam mengumpulkan data untuk penelitian ini adalah observasi, wawancara, dokumentasi dan penyebaran kuesioner. Data yang sudah di kumpulkan selanjutnya di analisis menggunakan instrumen penelitian dan kredibilitasnya di uji melalui serangkaian uji kredibilitas yang ada untuk memverifikasi dan membuktikan kebenaran data yang di dapat dari hasil tehnik – tehnik pengumpulan data yang di lakukan oleh penulis.

3.4.1 *In – Depth Interview*

In – Depth Interview atau Wawancara mendalam adalah tanya jawab yang terbuka untuk memperoleh data tentang maksud hati informan – bagaimana menggambarkan dunia mereka, bagaimana mereka menjelaskan atau menyatakan perasaannya tentang kejadian – kejadian penting dalam hidupnya. (Mc Milan dan Schumacher dalam Djam’an Satori dan Aan Komariah, 2017:130). Penulis melakukan wawancara guna mendapatkan data dari sumber langsung yang sifat datanya berhubungan dengan makna – makna di balik perilaku atau situasi sosial yang terjadi. Tehnik ini di gunakan untuk memperoleh data tentang :

1. Bentuk-bentuk kegiatan pemasaran *Night Bus Pictures*.
2. Kegiatan pemasaran yang di terapkan *Night Bus Pictures*.
3. Segmentasi dan target pasar untuk film *Night Bus*.
4. Penggunaan sarana yang di gunakan dalam pemasaran Film *Night Bus*.
5. Gagasan logik mengenai di terbitkannya Film *Night Bus*.

6. Target penjualan dari Film *Night Bus*.
7. Efektifitas Komunikasi pemasaran film *Night Bus*.
8. Persepsi mengenai film Laris di pasar sinema Indonesia.

Wawancara yang di lakukan penulis agar mendapatkan data yang lengkap dan dapat di percaya kebenarannya adalah dengan cara mewawancarai subjek penelitian yang mempunyai keterlibatan pada objek yang di teliti. Wawancara yang di lakukan sepatutnya mengikuti prosedur wawancara yang telah di rancang jauh sebelum pertemuan antara penulis dengan informan atau subjek penelitian bertemu.

3.4.2 Observasi

Menurut kamus besar bahasa Indonesia, observasi adalah pengamatan atau peninjauan secara cermat. Observasi adalah metode pengumpulan data yang di gunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan (Bungin dalam Djam'an Satori dan Aan komariah, 2017:61). Observasi terdiri dari 3 tahapan, Yaitu :

1. Observasi Deskriptif

Penulis datang ke lokasi penelitian dan mengamati secara menyeluruh situasi sosial tertentu sebagai objek penelitian.

2. Observasi Reduksi/Terfokus

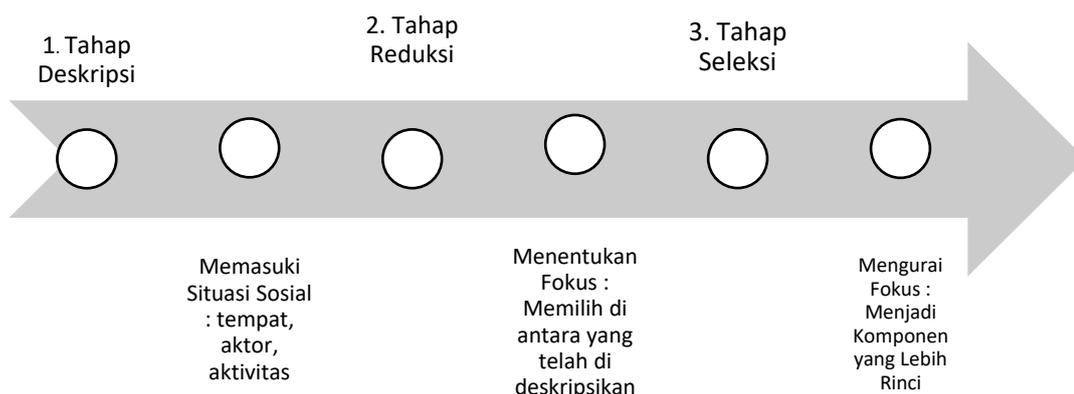
Suatu observasi yang telah di persempit yang di fokuskan pada aspek tertentu.

3. Observasi Terseleksi

Langkah mengobservasi situasi sosial yang lebih terfokus. Misalkan, dalam penelitian ini observasi terfokus pada berita, kajian dan kritik seputar film.

Melalui observasi, penulis mendapatkan informasi yang berguna bagi penelitian ini. Teknik ini digunakan dalam mendapatkan informasi berupa :

1. Pola pemasaran dari Film *Night Bus*.
2. Formula yang digunakan dalam Film *Night Bus*.
3. Kelebihan dan Kekurangan dari komunikasi pemasaran yang di lakukan oleh *Night Bus Pictures*.
4. Berbagai pengamatan lainnya yang berfungsi sebagai data sekunder dalam penelitian ini.



Gambar 3.2 Tahap Observasi

Gambar 3.2 menunjukkan tahapan – tahapan yang di lakukan oleh penulis guna mengobservasi kegiatan – kegiatan yang dilakukan oleh *Night Bus Pictures* dalam rangka menjalankan strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan. Tahapan yang di lakukan pada umumnya berfungsi untuk membuat titik fokus dari elemen penelitian yang sedang di teliti. Informasi yang di dapat melalui observasi mengarahkan adanya reduksi agar informasi tetap relevan dengan penelitian.

3.4.3 Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tehnik pengumpulan data yang di peroleh melalui dokumen – dokumen dan cenderung menjadi data skunder. Jenis – jenis dokumen ada beragam, yaitu :

1. Dokumen Pribadi dan Buku Harian

Sebuah catatan atau karangan seseorang secara tertulis berisi perasaan, tindakan, pengamalan, dan kepercayaan.

2. Surat

Dokumen yang merupakan sebuah pernyataan atau pengumuman dari seseorang mengenai suatu hal tertentu yang dapat berupa undangan, peringatan, dan keterangan.

3. Autobiografi

Karya tulisnya sendiri mengenai kehidupan seseorang dengan maksud – maksud tertentu.

4. Dokumen Resmi

Dokumen yang dapat berupa internal atau eksternal yang mencakup hal – hal seperti memo, notulensi rapat, laporan berkala, dokumen kebijakan, proposal, kode etik, dan semacamnya.

5. Fotografi

Dokumen yang membekukan suatu situasi pada detik tertentu yang dapat memberikan gambaran secara nyata mengenai fenomena yang di temukan.

Dokumentasi yang di dapat membantu penulis dalam mengumpulkan data yang berguna bagi penelitian ini. Data – data yang di dapat dari tehnik ini berupa :

1. Informasi mengenai *Night Bus Pictures* yang didapat melalui situs resminya yaitu *www.nightbuspictures.com*.
2. Jumlah Penonton dari Film *Night Bus*.
3. Publikasi yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran Film *Night Bus*.
4. Sarana yang digunakan dalam memasarkan Film *Night Bus*.

Dokumen yang di dapat kemudian akan di analisis isinya dengan cara yang sistematis dan objek berdasarkan bentuk – bentuk pemberian informasi dari dokumen itu sendiri. Lalu, hasil analisis akan tertuang dalam bentuk deskriptif.

3.4.4 Penyusunan dan Penyebaran Kuesioner

Kuesioner merupakan alat yang di gunakan dalam penelitian ini. Dalam penyusunannya, Kuesioner di bentuk untuk mendapatkan penilaian internal dari subjek sehingga penyebarannya tertuju langsung pada responden yang di anggap paling mengetahui hal – hal seputar fenomena yang terjadi pada subjek. Berdasarkan paparan tersebut, pengumpulan data melalui kuesioner ini bersifat tertutup karena data yang di butuhkan harus berasal dari responden khusus atau dalam penelitian ini adalah produser film *Night Bus* yaitu Darius Sinathrya.

Pertanyaan – pertanyaan dalam kuesioner di susun berdasarkan indikator yang di butuhkan dalam penelitian. Pertanyaan tersebut di jawab berdasarkan skor yang di berikan oleh responden. Dalam hal ini, skala yang di gunakan dalam skala *likert* dimana responden memberikan jawaban “sangat lemah” yang bernilai 1 hingga jawaban “sangat kuat” yang bernilai 4. Nilai tersebut di analisis melalui matriks EFE (*External Factor Evaluation*) dan IFE (*Internal Factor Evaluation*).

Hasil dari kuesioner ini di gunakan untuk mengetahui valuasi dari kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman penjualan film *Night Bus* di sinema Indonesia.

3.4.5 Instrumen Penelitian

Instrumen dalam penelitian kualitatif adalah pelaku dari penelitian itu sendiri atau dalam hal ini adalah penulis. Menurut Lincoln dan Guba (dalam Djam'an Satori dan Aan komariah, 2017:61) Manusia sebagai instrumen pengumpulan data memiliki karakteristik dan ciri – ciri sebagai berikut :

1. Responsif

Manusia sebagai instrumen responsif terhadap lingkungan dan terhadap pribadi – pribadi yang menciptakan lingkungan karena bersifat interaktif terhadap orang dan lingkungannya.

2. Dapat Menyesuaikan Diri

Manusia sebagai instrumen hampir tidak terbatas dapat menyesuaikan diri pada keadaan dan situasi pengumpulan data karena perseptivitasnya, daya membedakannya serta adanya naluri dalam dirinya.

3. Menekankan Keutuhan

Manusia memanfaatkan imajinasi dan kreativitasnya serta memandang dunia ini sebagai suatu keutuhan. Hal tersebut menjadi sebuah konteks yang berkesinambungan dimana mereka memandang dirinya sendiri dan kehidupannya sebagai sesuatu yang nyata, benar dan mempunyai arti.

4. Mendasarkan Diri atas Perluasan Pengetahuan

Memiliki pengetahuan dan pengalaman yang sesuai mengenai topik penelitian.

5. Memproses Data Secepatnya

Manusia dapat memproses data yang di peroleh, menyusunnya kembali, mengubah arah inkuiri atas dasar penemuannya, merumuskan hipotesis kerja sewaktu berada di lapangan dan mencoba hipotesis tersebut pada subjek penelitiannya dengan waktu yang relatif singkat.

6. Memanfaatkan Kesempatan untuk Mengklarifikasikan dan Mengikhtisarkan

Manusia sebagai instrumen memiliki kemampuan untuk menjelaskan sesuatu yang kurang di pahami oleh subjek penelitiannya. Manusia juga memiliki kemampuan dalam hal mendalam, menghaluskan atau menguji silang informasi yang meragukan.

7. Memanfaatkan Kesempatan untuk Mencari Respons yang Tidak Lazim dan Idiosinkratik

Manusia sebagai instrumen memiliki kemampuan menggali informasi yang lain dari yang lain, yang tidak di rencanakan di awal, yang tidak di duga terlebih dahulu dan yang tidak lazim terjadi.

Penulis sebagai instrumen penelitian itu sendiri harus teliti dalam menerima informasi yang di dapat serta mereduksi dan mengkonfirmasi ulang semua informasi yang di dapat. Sehingga informasi yang di dapat menjadi data yang dapat menjadi komperhensif untuk di analisis lebih lanjut.

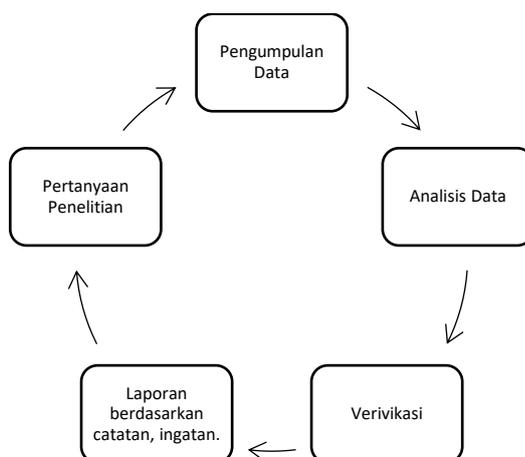
3.4.6 Tehnik Analisis Data

Pendekatan analisis data yang tepat untuk penelitian ini adalah *Collaborative Social Research Approach*. Karena, pendekatan ini dapat bekerja

dengan subjek dengan pengaturan tertentu untuk mendapatkan perubahan dari aktivitas yang terjadi. Menurut Djam'an Satori dan Aan komariah (2017:215) susunan aktivitas analisis yang standar dalam susunan skuel adalah sebagai berikut:

1. Data dikumpulkan dan dibuat ke dalam teks.
2. Pengembangan kode untuk identifikasi data dan di sertakan pada catatan atau halaman transkrip.
3. Kode di transformasikan kepada kategori label maupun tema.
4. Materi di sortir menurut kategori , identifikasi frase yang sama, pola, hubungan dan sejenis atau tidaknya.
5. Materi yang telah di sortir di periksa untuk mengisolasi pola yang bermakna dan prosesnya.
6. Identifikasi pola yang di pertimbangkan dalam penelitian sebelumnya dan teori dari sejumlah generalisasi di tentukan.

Pengumpulan data berawal dari pengumpulan beberapa artikel jurnalistik, kritik dan informasi – informasi lainnya yang berkaitan dengan film *Night Bus* sebagai sebuah awal untuk menemukan gambaran awal mengenai terjadinya suatu fenomena yang di alami oleh subjek lalu berlanjut pada kajian yang membicarakan sinema Indonesia yang relevan dengan penelitian yang di lakukan seperti analisis yang berkaitan dengan film – film yang mengangkat cerita dari novel ataupun kajian analisis mengenai Industri film yang lebih sering memproduksi film – film formatik hingga tulisan mengenai kritik dari film *Night Bus* yang merefleksikan afeksi penonton. Model analisis yang akan di gunakan adalah sebagai berikut :



Gambar 3.3 Model Sirkuler Nasution

Adapun prosedur dari analisis data yang telah di peroleh dari lapangan. Menurut Nasution (dalam Djam'an Satori dan Aan komariah, 2017:217) adalah sebagai berikut :

1. Reduksi data

Data yang telah di peroleh akan di pilih hal – hal pokoknya yang dimana data tersebut di fokuskan pada hal – hal yang penting dan berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Dan data yang di peroleh di tulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci.

2. *Display* data

Data yang di peroleh dapat di sajikan dalam berbagai bentuk. Seperti misalnya tabel, grafik dan sejenisnya. Jika data yang di peroleh merupakan tingkat penjualan dalam beberapa periode maka besar kemungkinan bahwa data di sajikan dalam bentuk grafik. Itu dilakukan untuk melihat seberapa besar perubahan yang terjadi dalam periode – periode tertentu. Jika data berupa alur komunikasi pemasaran maka data disajikan dalam bentuk gambar.

3. Mengambil kesimpulan dan verifikasi.

Dari semua data yang di peroleh serta fakta – fakta yang di dapat. Penulis menulis kesimpulan mengenai penelitian yang di lakukan dan menjawab juga pertanyaan – pertanyaan yang di ajukan dalam pendahuluan.

Data yang telah di analisis akan menghasilkan data komperhensif. Kemudian, data tersebut di uji kredibilitasnya dimana pengujian tersebut di lakukan untuk menguji keabsahan data yang di temukan dalam penelitian sehingga data yang di miliki dapat di percaya ke absahannya.

3.4.7 Pengujian Kredibilitas Data

Pengujian kredibilitas data di gunakan untuk menguji keabsahan data. Dalam prosesnya ada beberapa tahapan yang telah di lakukan. Berikut tahapan dalam pengujian kredibilitas data.

1. Memperpanjang keikutsertaan

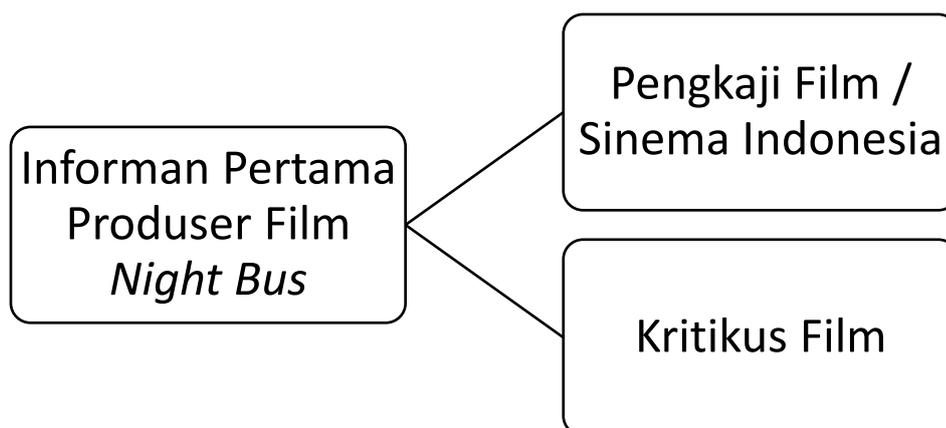
Keikutsertaan yang di maksud adalah memperdalam hal – hal yang berkaitan dengan subjek yang di teliti atau dalam hal ini adalah film. Hal tersebut di lakukan guna mengumpulkan data yang berhubungan dengan subjek yang di teliti lalu mengkomparasikannya dengan data yang sudah ada. Dengan begitu, data yang di miliki dapat di pastikan kebenarannya.

2. Ketekunan pengamatan

Ketekunan pengamatan di lakukan untuk memperdalam pengetahuan seputar subjek yang di teliti. Dengan begitu, kesalahan terhadap interprestasi data yang ada dapat di minimalisir serta dapat memperoleh informasi yang berhubungan dengan penelitian. Bentuk dari ketekunan penelitian adalah sebagai berikut :

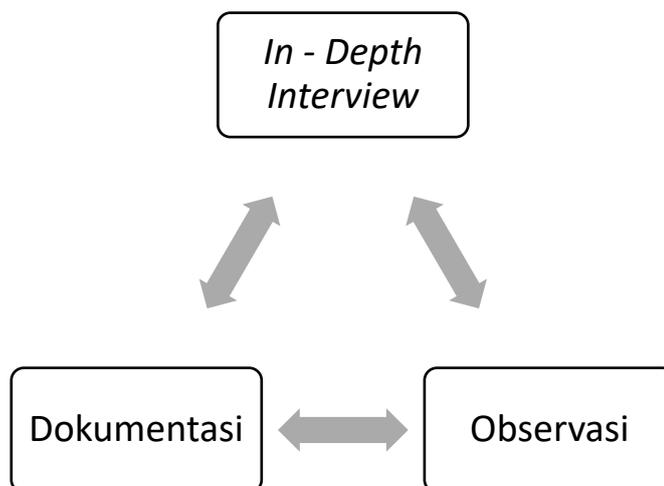
- a) Menanyakan kembali data hasil wawancara dengan informan dalam rangka memverifikasi keabsahan data.
 - b) Mengoreksi kembali hasil catatan dokumen penelitian dengan yang ada di lapangan.
3. Triangulasi

Triangulasi di lakukan dalam rangka memeriksa keabsahan data dengan data lain. Hal itu di lakukan untuk memverifikasi data yang di miliki berdasarkan sumber, tehnik dan waktu.



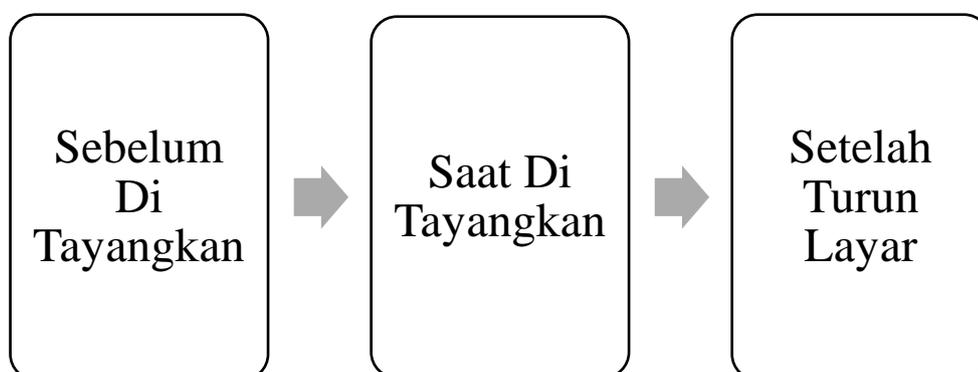
Gambar 3.4 Triangulasi Sumber

Untuk melihat keabsahan dari pernyataan produser film *Night Bus* maka informasi mengenai kinerja strategi komunikasi pemasaran yang di lakukan berdasarkan pengkaji film maupun kritikus menjadi penting karena berhasil dan tidaknya suatu komunikasi pemasaran dapat di lihat dari respon yang di dapat beserta hambatan – hambatan apa yang di hadapi ketika film tersebut di tayangkan di Bioskop konvesional.



Gambar 3.5 Triangulasi Teknik

Hasil dari wawancara mendalam yang dilakukan kepada informan – informan yang tertuju akan di lihat kebenarannya berdasarkan hasil observasi dan dokumentasi baik dalam *internal* rumah produksi itu sendiri ataupun tanggapan – tanggapan yang ada mengenai film tersebut. Film *Night Bus* tengah menjadi sorotan beberapa pemerhati film di saat meraih penghargaan di ajang *Festival Film Indonesia 2017* sehingga film ini masih mendapat layar di luar bioskop konvensional seperti layar – layar alternatif yang di adakan oleh komunitas – komunitas film ataupun di beberapa ajang festival film di dalam maupun di luar Indonesia.



Gambar 3.6 Triangulasi Waktu

Informasi mengenai bagaimana strategi yang di terapkan sebelum film itu di tayangkan di bioskop akan menjadi informasi penting untuk mengetahui ekspektasi dari produser film mengenai film ini serta bagaimana kenyataan yang terjadi setelahnya. Langkah – langkah yang di ambil setelah film ini akhirnya turun layar menjadi penting untuk di ketahui tujuan – tujuannya dan seberapa efektif langkah yang di ambil guna mengejar target yang di tentukan sejak awal oleh pihak pembuat film atau dalam hal ini produser film.

3.4.8 Analisis SWOT

Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity dan Threat*) adalah suatu bentuk analisis di dalam manajemen perusahaan atau didalam organisasi yang secara sistematis dapat membantu dalam usaha penyusunan suatu rencana yang matang untuk mencapai tujuan, baik itu tujuan jangka pendek maupun tujuan jangka panjang (Hisam Sam, 2017). Analisis ini berdasar pada logika tentang memaksimalkan kekuatan dan peluang yang di miliki namun secara bersamaan mempertimbangkan kekurangan dan ancaman yang ada.

Tabel 3.2 Analisis SWOT

	Opportunities (external, positive)	Threats (external, negative)
Strengths (internal, positive)	Strength-Opportunity strategies Which of the company's strengths can be used to maximize the opportunities you identified?	Strength-Threats strategies How can you use the company's strengths to minimize the threats you identified?
Weaknesses (internal, negative)	Weakness-Opportunity strategies What action(s) can you take to minimize the company's weaknesses using the opportunities you identified?	Weakness-Threats strategies How can you minimize the company's weaknesses to avoid the threats you identified?

Sumber : dictio.id

Pemaparan mengenai *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* adalah sebagai berikut :

1. *Strength* (S) merupakan karakteristik atau kondisi yang bersifat positif atau keunggulan dari organisasi, bisnis atau produk yang ada.
2. *Weakness* (W) merupakan karakteristik atau kondisi yang bersifat negatif atau kelemahan dari organisasi, bisnis atau produk yang ada.
3. *Opportunity* (O) sebuah elemen yang berasal dari luar internal organisasi atau perusahaan yang dapat memberikan peluang bagi bisnis yang di jalankan.
4. *Threat* (T) sebuah elemen yang berasal dari luar internal organisasi atau perusahaan yang dapat memberikan ancaman bagi bisnis yang di jalankan.

Analisis SWOT berfungsi untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal organisasi atau perusahaan. Analisis SWOT di bagi menjadi 2 kategori, yaitu:

1. Faktor internal: *strength* (S) dan *weakness* (W) yang bersumber pada keunggulan dan kelemahan dari internal organisasi atau perusahaan.
2. Faktor eksternal: *opportunity* (O) dan *threat* (T) yang bersumber pada faktor peluang dan ancaman dari eksternal organisasi atau perusahaan. Dapat berasal dari kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan yang di hadapi oleh perusahaan

Analisis mengenai faktor eksternal dan internal dalam *Night Bus Pictures* di lakukan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, potensi dan ancaman yang mempengaruhi penjualan film *Night Bus*. Beberapa hal yang menjadi fokus utama dalam analisis faktor eksternal dan internal adalah sebagai berikut :

1. Kekuatan Internal

- a. Prestasi dan *review* positif yang di dapat film *Night Bus*.
- b. Cerita dan konten yang ada dalam film *Night Bus*.
- c. Relasi dengan Komunitas, Organisasi dan Lembaga yang di butuhkan dalam rangka menjual film *Night Bus*.
- d. Jumlah layar dan *Screen Time Quota* yang di miliki oleh film *Night Bus* ketika tayang di bioskop konvensional.
- e. Jadwal tayang yang di tentukan oleh pihak pengelola bioskop yang tidak sesuai dengan segmen pasar film *Night Bus*.
- f. Media dan konten yang di gunakan untuk mengkomunikasikan film *Night Bus*.
- g. Prestise dari *crew* dan *talent* yang terlibat dalam film *Night Bus*.

2. Kelemahan Internal

- a. Kemampuan finansial dari *Night Bus Pictures*.
- b. Jumlah layar dan *Screen Time Quota* yang di miliki oleh film *Night Bus* ketika tayang di bioskop konvensional.
- c. *review* negatif yang di dapat film *Night Bus*.
- d. Jadwal tayang yang di tentukan oleh pihak pengelola bioskop yang tidak sesuai dengan segmen pasar film *Night Bus*.
- e. Produser film yang pertama kali menjadi seorang produser.

3. Peluang Eksternal

- a. Publikasi media terhadap film yang mendapatkan penghargaan.
- b. Budaya menonton film *Indonesia*.

- c. Perubahan Peraturan pemerintah perihal perfilman.
 - d. Jumlah penonton bioskop yang mengalami peningkatan.
4. Ancaman Eksternal
- a. Tayangnya film – film lain yang di tayangkan pada periode yang sama.
 - b. Ketentuan dari Lembaga sensor yang membatasi kebebasan berkarya.
 - c. Kondisi ekonomi masyarakat Indonesia.
 - d. Pemberitaan media kepada film – film yang sedang populer pada periode tertentu.
 - e. Masyarakat Indonesia yang skeptis terhadap film Indonesia yang tidak populer.
 - f. Jumlah studio bioskop di Indonesia yang cenderung sedikit.

Fokus yang di pilih dalam menganalisis faktor internal dan eksternal akan menjadi representasi dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang di miliki oleh *Night Bus Pictures* dalam penjualan film *Night Bus*. Metode valuasi yang di gunakan adalah matriks IFE, EFE dan IE. Valuasi tersebut di pilih untuk menghitung skor dari faktor internal dan eksternal juga melihat posisi perusahaan.

3.4.8.1 Matriks *Internal Factor Evaluations (IFE)*

Matriks IFE di gunakan untuk mengevaluasi faktor internal *Night Bus Picture* berdasarkan kekuatan dan kelemahan yang di anggap berpengaruh pada performa penjualan film *Night Bus*. Data dan informasi di dapat berdasarkan aspek manajemen, keuangan, sumber daya manusia, pemasaran, sistem informasi dan produksi/operasi.

Langkah yang di gunakan dalam membuat matriks IFE berdasarkan paparan dari Fred R David (2015:101) adalah sebagai berikut :

- a. Membuat daftar faktor – faktor internal sebanyak 10 – 20 faktor yang terindikasi sebagai kekuatan dan kelemahan organisasi atau perusahaan.
- b. Memberi bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot di tentukan sebagai penanda faktor tertentu yang secara signifikan berpengaruh pada keberhasilan bisnis perusahaan. Faktor yang di anggap memberikan pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasi atau perusahaan di berikan bobot lebih tinggi dari pada faktor lainnya. Jumlah bobot dari akumulasi semua bobot setiap faktor internal harus sama dengan 1,0.
- c. Memberikan *rating* 1 sampai dengan 4 pada setiap faktor untuk menilai faktor yang di maksud berada dalam posisi sangat lemah (*rating* = 1), lemah (*rating* = 2), kuat (*rating* = 3), sangat kuat (*rating* = 4). Faktor yang berada dalam posisi yang cenderung lemah berada pada *rating* 1 atau 2, sedangkan faktor yang berada dalam posisi yang kuat berada pada *rating* 3 atau 4. Sehingga *rating* berdasarkan paparan perusahaan, sedangkan bobot berbasis umum.
- d. Mengalikan bobot pada setiap faktor dengan *rating* yang di berikan untuk mendapatkan hasil berupa skor bobot yang di miliki setiap faktor.
- e. Mengakumulasi seluruh skor bobot pada semua faktor untuk memperoleh total skor dari matriks IFE.

Tabel 3.3 Rancangan Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

No	<i>Strong (Kekuatan) Internal Factors</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor
1	Prestasi dan <i>review</i> positif yang di dapat film <i>Night Bus</i> .	0.1		

No	<i>Strong (Kekuatan) Internal Factors</i>	Bobot	Rating	Skor
2	Cerita dan konten yang ada dalam film <i>Night Bus</i> .	0.15		
3	Relasi dengan Komunitas, Organisasi dan Lembaga yang di butuhkan dalam rangka menjual film <i>Night Bus</i> .	0.1		
4	Jumlah layar dan <i>Screen Time Quota</i> yang di miliki oleh film <i>Night Bus</i> ketika tayang di bioskop konvensional.	0.1		
5	Jadwal tayang yang di tentukan oleh pihak pengelola bioskop yang tidak sesuai dengan segmen pasar film <i>Night Bus</i> .	0.02		
6	Media dan konten yang di gunakan untuk mengkomunikasikan film <i>Night Bus</i> .	0.11		
7	Prestise dari <i>crew</i> dan <i>talent</i> yang terlibat dalam film <i>Night Bus</i> .	0.1		
No	<i>Weakness (Kelemahan) Internal Factors</i>	Bobot	Rating	Skor
1	Kemampuan finansial dari <i>Night Bus Pictures</i> .	0.1		
2	Jumlah layar dan <i>Screen Time Quota</i> yang di miliki oleh film <i>Night Bus</i> ketika tayang di bioskop konvensional.	0.1		
3	<i>review</i> negatif yang di dapat film <i>Night Bus</i> .	0.05		
4	Jadwal tayang yang di tentukan oleh pihak pengelola bioskop yang tidak sesuai dengan segmen pasar film <i>Night Bus</i> .	0.02		
5	Produser film yang pertama kali menjadi seorang produser.	0.05		
Total		1		

Rata – rata total skor bobot pada matriks IFE adalah 2.5. Sehingga, dalam valuasi faktor internal rumah produksi *Night Bus Pictures* jika total skor bobot di bawah 2.5 maka faktor internal cenderung lemah. Sedangkan jika total skor bobot di atas 2.5 maka faktor internal cenderung kuat.

3.4.8.2 Matriks *External Factor Evaluations (EFE)*

Matriks EFE di gunakan untuk mengevaluasi faktor eksternal berdasarkan peluang dan ancaman yang di miliki oleh *Night Bus Picture* dan di anggap berpengaruh pada performa penjualan film *Night Bus*. Informasi yang berkaitan dengan faktor eksternal organisasi atau perusahaan berupa kondisi ekonomi, sosial, budaya, demografi, lingkungan, politik, pemerintah, hukum, teknologi dan persaingan yang di hadapi oleh perusahaan.

Langkah yang di gunakan dalam membuat matriks EFE berdasarkan paparan dari Fred R David (2015:101) adalah sebagai berikut :

- a. Membuat daftar faktor – faktor internal sebanyak 10 – 20 faktor yang terindikasi sebagai peluang dan ancaman organisasi atau perusahaan.
- b. Memberi bobot pada setiap faktor dari 0,0 (tidak penting) sampai 1,0 (sangat penting). Bobot di tentukan sebagai penanda faktor tertentu yang secara signifikan berpengaruh pada keberhasilan bisnis perusahaan. Faktor yang di anggap memberikan pengaruh paling besar terhadap kinerja organisasi atau perusahaan di berikan bobot lebih tinggi dari pada faktor lainnya. Jumlah bobot dari akumulasi semua bobot setiap faktor eksternal harus sama dengan 1,0.
- c. Memberikan *rating* 1 sampai dengan 4 pada setiap faktor untuk menilai faktor yang di maksud berada dalam posisi sangat lemah (*rating* = 1), lemah (*rating* = 2), kuat (*rating* = 3), sangat kuat (*rating* = 4). Faktor yang berada dalam posisi yang cenderung lemah berada pada *rating* 1 atau 2, sedangkan faktor yang berada dalam posisi yang kuat berada pada *rating* 3 atau 4.

Sehingga *rating* berdasarkan paparan perusahaan, sedangkan bobot berbasis umum.

- d. Mengalikan bobot pada setiap faktor dengan *rating* yang di berikan untuk mendapatkan hasil berupa skor bobot yang di miliki setiap faktor.
- e. Mengakumulasi seluruh skor bobot pada semua faktor untuk memperoleh total skor dari matriks EFE.

Tabel 3.4 Rancangan Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

No	<i>Opportunity (Peluang) External Factors</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor	Keterangan
1	Publikasi media terhadap film yang mendapatkan penghargaan.	0.15			
2	Budaya menonton film <i>Indonesia</i> .	0.1			
3	Perubahan Peraturan pemerintah perihal perfilman.	0.1			
4	Jumlah penonton bioskop yang mengalami peningkatan.	0.1			
No	<i>Threat (Ancaman) External Factors</i>	Bobot	<i>Rating</i>	Skor	Keterangan
1	Tayangnya film – film lain yang di tayangkan pada periode yang sama.	0.15			
2	Ketentuan dari Lembaga sensor yang membatasi kebebasan berkarya.	0.05			
3	Kondisi ekonomi masyarakat <i>Indonesia</i> .	0.1			
4	Pemberitaan media kepada film – film yang sedang populer pada periode tertentu.	0.1			
5	Masyarakat <i>Indonesia</i> yang skeptis terhadap film <i>Indonesia</i> yang tidak populer.	0.05			

No	<i>Threat (Ancaman) External Factors</i>	Bobot	Rating	Skor	Keterangan
6	Jumlah studio bioskop di Indonesia yang cenderung sedikit.	0.1			
Total		1			

Rata – rata total skor bobot pada matriks EFE adalah 2.5. Sehingga, dalam valuasi faktor eksternal rumah produksi *Night Bus Pictures* jika total skor bobot di bawah 2.5 maka faktor internal cenderung lemah. Sedangkan jika total skor bobot di atas 2.5 maka faktor internal cenderung kuat.

3.4.8.3 Analisis Matriks *Internal – External* (IE)

Matriks Internal – Eksternal (IE) merupakan sebuah alat manajemen strategi untuk menganalisis kondisi kerja dan posisi strategis dalam bisnis. Matriks IE berasal dari hasil analisis matriks IFE dan EFE yang di kombinasikan menjadi suatu model sugestif (Maxi-Pedia, 2017). Total skors dari matriks IFE menjadi sumbu X sedangkan total skors dari matriks EFE menjadi sumbu Y. Pada sumbu X, Total skors dari Matriks IFE di antara 1.0 sampai 1.99 merepresentasikan posisi yang lemah, total skors di antara 2.0 – 2.99 merepresentasikan posisi dalam rata – rata dan total skors antara 3.0 – 4.00 merepresentasikan posisi yang kuat. Pada sumbu Y, Total skors dari Matriks EFE di antara 1.0 – 1.99 merepresentasikan rendah, total skors di antara 2.0 – 2.99 merepresentasikan posisi dalam rata – rata dan total skors antara 3.0 – 4.00 merepresentasikan posisi yang tinggi (Fred R David dalam Adam Kasi, 2018). Titik potong dari sumbu X dan Y akan berada dalam posisi 1 dari 9 sel yang ada dalam matriks IE.

THE IFE TOTAL WEIGHTED SCORES

		STRONG 3.0 to 4.0	AVERAGE 2.0 to 2.99	WEAK 1.0 to 1.99
THE EFE TOTAL WEIGHT ED SCORES	4.0 HIGH 3.0 to 4.0	1	○ 2	3
	2.0 MEDIUM 2.00 TO 2.99	4	5 ○	6
	1.0 LOW 1.0 TO 1.99	7	8	9

Gambar 3.7 Matriks Internal – Eksternal (IE)

Sumber : mba-tutorials.com

Menurut Fred R David (dalam Adam Kasi, 2018). Implikasi strategi dalam Matriks Internal – Eksternal ada 3 jenis, yaitu :

1. Posisi titik XY yang ada dalam sel I, II atau IV dapat di katakan berada dalam posisi “*grow*” dan “*build*”. Strategi yang tepat jika berada dalam posisi ini adalah strategi insentif seperti *Market Penetration*, *Market Development* dan *Product development* atau bisa menetapkan strategi terintegrasi seperti *Beckward Integration*, *Forward Integration* dan *Horizontal Integrations*.
2. Posisi titik XY yang ada dalam sel III, V atau VII termasuk dalam posisi “*hold*” dan “*maintain*” dimana strategi yang umum di gunakan ketika berada dalam posisi tersebut adalah *Strategy Market Penetration* dan *Product Development*.
3. Posisi titik XY yang ada dalam sel VI, VIII atau IX dapat di katakan berada dalam posisi “*harvest*” atau “*divesture*”. Strategi yang tepat ketika berada dalam posisi ini adalah *Retrenchment* (Penghematan), *Divestiture* (Divestasi) dan *Liquidation* (Pembubaran).

3.5 Jadwal dan Tempat Penelitian

Penjadwalan dari penelitian menjadi acuan bagi penulis dalam merampungkan penelitiannya.

Tabel 3.5 Jadwal Penelitian

Tahapan Kegiatan	Waktu yang diperlukan	Rincian Kegiatan
Pengumpulan Data	1 – 3 Minggu	a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi d. Penyebaran Kuesioner
Analisis & Uji Kredibilitas data	1 Minggu	a. Reduksi data b. <i>Display</i> data c. <i>Tringulasi</i> data d. Pengambilan kesimpulan

Penelitian di lakukan di satu lokasi karena informasi di dapat dari dari informan – informan secara personal dan perjanjian mengenai pertemuan – pertemuan antara penulis dengan informan di lakukan dengan perjanjian mengenai waktu dan tempat yang di sepakati bersama.

3.6 Prosedur Wawancara

Metode studi kasus menekankan pada data yang di ambil melalui wawancara mendalam atau *In-depth Interview*. Perencanaan sebelum terjadinya pertemuan antara penulis dengan informan adalah dengan menyusun pertanyaan – pertanyaan yang menjadi dasar dalam penelitian yang dilakukan. Berikut pertanyaan – pertanyaan dasar yang di ajukan kepada informan berdasarkan elemen dan subjek penelitiannya.

Tabel 3.6. Pertanyaan – Pertanyaan dalam Wawancara

Subjek Penelitian	Pertanyaan
Darius Sinathrya (Produser Film <i>Night Bus</i>)	1. Tujuan dari Film <i>Night Bus</i> di buat untuk pasar penonton komersil atau pasar penonton festival ? 2. Spesifiknya, Target penonton dari film <i>Night Bus</i> seperti apa ? 3. Untuk mendapatkan atensi dari target pasar yang di tuju, program promosi seperti apa yang di lakukan ? 4. Media dan juga konten yang di gunakan untuk mengkomunikasikan film <i>Night Bus</i> kriterianya seperti apa ? 5. Bagaimana atensi yang di dapat dari pasar sinema Indonesia setelah mendapatkan penghargaan FFI 2017 ?
Gorivana Ageza (Pengkaji dan Kritikus Film)	1. Mengapa mayoritas bioskop di Indonesia berada di dalam mall ? 2. Kenapa film – film formulatik tidak menemukan titik jenuh pada sinema Indonesia ? 3. Bagaimana tanggapan anda mengenai film <i>Night Bus</i> ?
Raksa Santana (Pengkaji Film dan Sinema Indonesia)	1. Apakah cerita film dengan unsur formulatik akan selalu laris ? 2. Apakah industri film di Indonesia sudah baik ? 3. Bagaimana posisi dari <i>Night Bus Pictures</i> di sinema Indonesia ?

Jawaban dari pertanyaan – pertanyaan di tabel 3.3 di catat, di rekam menggunakan *handphone* dan kamera sehingga ketertinggalan, kekurangan dan kesalahan informasi pada catatan wawancara dapat di atasi dengan mendengarkan dan menonton ulang rekaman wawancara yang di lakukan.

Beberapa data yang di dapat dari observasi dan dokumentasi akan menjadi informasi yang membuat data menjadi lebih komperhensif dan melengkapi kebutuhan dari penelitian ini.