

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Waktu dan Tempat Pelaksanaan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih lokasi dan obyek penelitian di PT. PJB UP Paiton. Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan dimulai dari tanggal 1 November 2021 hingga tanggal 28 Feb 2022 yang dimulai hari Senin sampai Jum'at

3.2. Alat Penelitian

Dalam melaksanakan digital marketing dibutuhkan alat sebagai berikut :

Tabel 3.1 Alat dan Bahan Penelitian

No	Nama Alat	Jumlah
1	<i>Drone</i>	1 unit
2	<i>Smart Phone</i>	1 unit
3	Laptop	1 unit
4	<i>Software / Aplikasi Editing (VN Studio)</i>	1 apk
5	Hasil Foto/Video	3 pcs
6	Buku dan Alat Tulis	4 pcs
7	<i>Safety Helmet</i>	1 pcs
8	Rompi <i>Safety</i>	2 pcs

3.3 Tahapan Penelitian

Dalam pengambilan data maupun foto video dan penerapan digital marketing diperlukan runtutan kegiatan yang sistematis sehingga setiap proses dapat dievaluasi dan dikoreksi lebih awal. Untuk itu dirancang *flowchart* sebagai berikut:



Gambar 3.1 Flowchart Proses Penelitian

3.4 Diskripsi Proses Penelitian

A. Mendapatkan informasi mengenai sistim marketing di PT PJB UP

Paiton. Tahap penelitian yang pertama adalah mendapatkan informasi mengenai sistim marketing di PT PJB UP Paiton. Mencari informasi mengenai sistim marketing adalah suatu tahap yang penting dalam penelitian, agar penulis dapat mengetahui permasalahan yang terdapat dalam sistim marketing di PT PJB UP Paiton yang nantinya dapat merumuskan masalah yang ada. Proses mendapatkan informasi dilakukan melalui pemberian materi atau data dari pihak PT PJB UP Paiton, dan penulis juga mencari informasi melalui wawancara bersama pihak terkait di PT PJB UP Paiton.

B. Mendapatkan Informasi atau Data Mengenai Produk FlyAsh dan

BottomAsh. Selanjutnya penulis mencari informasi dan atau data mengenai produk *flyash* dan *bottomash* yang mana merupakan produk dari PT PJB UP Paiton yang akan di pasarkan. Selain mencari data tertulis mengenai produk *flyash* dan *bottomash*, dalam proses ini juga meliputi produksi video (*syuting*) untuk pembuatn video promosi produk *flyash* dan *bottomash*. *Syuting* dilaksanakan

C. Menentukan Rumusan Konsep 7P Marketing.

Pada tahapan ini, peneliti menentukan rumusan yang akan digunakan dalam mempromosikan produk menggunakan konsep 7P Marketing. Dalam tahap ini, peneliti menentukan mulai dari Produk apa yang akan dipromosikan, berapa harga yang ditetapkan (harga produk hanya diketahui internal PT PJB UP Paiton), siapa

saja target pasarnya, lokasi atau *platform* media sosial apa yang akan digunakan, prosesnya bagaimana, dan media promosi apa yang dirasa efektif dan efisien untuk mempromosikan produk.

- D. Produksi Video dan Leaflet produk FlyAsh dan BottomAsh.** Tahap yang selanjutnya adalah tahapan yang penting dalam proses pemasaran secara digital kali ini. Yakni proses pembuatan video interaktif dan *Leaflet* yang menarik. Video promosi serta *Leaflet* ini nantinya akan digunakan untuk mempromosikan produk *FlyAsh* dan *BottomAsh* baik melalui media sosial maupun promosi secara langsung (*face to face*) dengan calon pelanggan. Video serta *Leaflet* ini merupakan sebagai media yang nantinya akan diberikan kepada para calon *customer* yang mana harus dibuat sedemikian rupa, dikemas secara menarik dan informatif. Sehingga nantinya akan mendapatkan ketertarikan pelanggan (*customer interest*).
- E. Cek Kelayakan dan Revisi Video atau Leaflet.** Selanjutnya, video dan *leaflet* yang dibuat akan dikoreksi oleh pihak PT PJB UP Paiton, apakah ada yang kurang dan apakah perlu penambahan informasi atau data didalamnya. Apabila perlu, itu artinya video maupun *leaflet* perlu dilakukan revisi atau perbaikan. Setelah diperbaiki dan final video dan *leaflet* dirasa sudah layak, baik dan bagus, maka akan dilanjutkan pada tahap berikutnya.
- F. Mempromosikan Melalui Online Digital atau Offline Digital.** Setelah melalui tahap revisi, maka video dan *leaflet* akan dipromosikan melalui media sosial dan juga promosi bertemu secara langsung kepada para calon *customer* (*face to face*).

G. Analisis Data dan Pembahasan. Selanjutnya, setelah didapatkan data mengenai hasil dari promosi melalui media sosial maupun promosi secara langsung (*offline*) bersama para calon *customer*. Data akan diolah oleh penulis, yang nantinya akan didapatkan hasil apakah dari usaha promosi produk *FlyAsh* dan *BottomAsh* dapat disimpulkan telah berhasil atau tidak.