

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Pendirian Alfamart

Alfamart adalah sebuah minimarket penyedia kebutuhan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh PT. Sumber Alfaria Trijaya, Tbk. Alfamart berdiri pada tanggal 18 Oktober 1999. Saat ini Alfamart merupakan salah satu yang terdepan dalam usaha ritel, dengan melayani lebih dari 2,1 juta pelanggan setiap harinya di hampir 6000 gerai yang tersebar di Indonesia. Alfamart menyediakan barang-barang kebutuhan pokok dengan harga yang terjangkau, tempat belanja yang nyaman, serta lokasi yang mudah dijangkau. Didukung lebih dari 60.000 karyawan menjadikan Alfamart sebagai salah satu pembuka lapangan kerja terbesar di Indonesia.

Awalnya, Alfamart merupakan minimarket yang dimiliki oleh PT. Alfa Mitramart Utama (AMU), dengan pemegang saham PT. Alfa Retalindo, Tbk sebanyak 51% dan PT. Lancar Distrindo sebanyak 49%. Pada tanggal 18 Oktober 1999, gerai pertama dibuka dengan nama Alfa Minimart di Jalan Beringin Raya, Karawaci Tangerang. Kemudian pada tanggal 1 Agustus 2002, kepemilikan beralih ke PT. Sumber Alfaria Trijaya, dengan pemegang saham PT. HM Sampoerna, Tbk sebanyak 70%, dan PT. Sigmantara Alfindo sebanyak 30%. Pada tanggal 1 Januari 2003, nama Alfa Minimart diganti menjadi Alfamart. Dan kemudian, pada tahun 2008, kepemilikan Alfamart beralih lagi ke PT. Sigmantara Alfindo sebanyak 54%, PT. Cakrawala Mulia Prima 36% dan masyarakat sebanyak 10%.

3.1.2 Visi Alfamart

Menjadi jaringan distribusi retail termuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, pemenuhan kebutuhan dan harapan konsumen, serta mampu bersaing secara global

3.1.3 Misi Alfamart

Ada beberapa misi Alfamart, yakni:

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumen dengan berfokus kepada produk dan pelayanan yang berkualitas unggul.
2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan tingkah laku/etika bisnis yang tertinggi.
3. Ikut berpartisipasi dalam membangun Negara dengan menumbuhkembangkan jiwa wiraswasta dan kemitraan usaha.
4. Membangun organisasi global yang terpercaya, tersehat, dan terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, pemegang saham, dan masyarakat pada umumnya.

3.1.4 Budaya (2I & 3K)

Integritas yang tinggi

Inovasi untuk kemajuan

Kualitas & Produktivitas yang tertinggi

Kerja sama tim

Kepuasan pelanggan melalui standar pelayanan yang terbaik

3.1.5 Profil Objek Penelitian

1. Alfamart Kalijaga



Gambar 3.1
Alfamart Kalijaga tampak depan

Grand opening Alfamart Kalijaga pada 27 Februari 2010. Alfamart di Cirebon ini menyediakan berbagai kebutuhan sehari-hari seperti sayur, susu, makanan, buah, cemilan, minuman, hingga peralatan sabun dan shampo. Alfamart Kalijaga juga menyediakan banyak diskon dan promo Alfamart setiap harinya, promo JSM Alfamart, ada juga promo perminggu (weekend), dan promo bulanan. Terdapat juga bentuk promosi voucher belanja sehingga harga produk di Alfamart berkualitas, murah dan terjangkau.

Selain berbelanja kebutuhan sehari-hari, gerai Alfamart Cirebon juga melayani berbagai kebutuhan pembayaran seperti pembayaran tiket online, pembayaran listrik (token) di Alfamart, pembayaran iuran BPJS di Alfamart, pembayaran telepon indiehome, dan pembelian pulsa melalui Alfamart. Kunjungi Alfamart terdekat ini pada jam kerja / buka untuk informasi lainnya seperti katalog Alfamart, info promo, dan daftar harga / price list. Customer juga dapat

mengakses website aplikasi Alfamart secara online atau Anda juga dapat menghubungi Alfamart Kalijaga untuk informasi lainnya.

Alamat Lokasi : Jalan Kalijaga, Pegambiran, Lemahwungkuk, Pegambiran, Lemahwungkuk, Kota Cirebon, Jawa Barat 45113, Indonesia Opsi layanan:

Belanja di toko · Ambil di toko · Pesan antar

1. Minggu 07.00-22.00 wib
2. Senin 07.00-22.00 wib
3. Selasa 07.00-22.00 wib
4. Rabu 07.00-22.00 wib
5. Kamis 07.00-22.00 wib
6. Jumat 07.00-22.00 wib
7. Sabtu 07.00-22.00 wib

2. Alfamart Kesunean



Gambar 3.2
Alfamart Kesunean tampak depan

Grand opening Alfamart Kesunean pada 27 Agustus 2014. Cabang

Alfamart ini adalah salah satu 3944 toko di Indonesia. Di kota Cirebon, Anda akan menemukan total 63 yang dioperasikan oleh peritel favorit Anda Alfamart. Saat ini, kami memiliki katalog promosi 3 yang penuh dengan diskon luar biasa dan promosi menarik untuk toko.

Alamat Lokasi : Alfamart Cirebon - Jl. Kesunean No.32, Kesepuhan, Kec. Lemahwungkuk.

Belanja di toko · Ambil di toko · Pesan antar

1. Minggu 07.00-22.00 wib
2. Senin 07.00-22.00 wib
3. Selasa 07.00-22.00 wib
4. Rabu 07.00-22.00 wib
5. Kamis 07.00-22.00 wib
6. Jumat 07.00-22.00 wib
7. Sabtu 07.00-22.00 wib

3. Profil Alfamart Pulasaren



Gambar 3.3
Alfamart Pulasaren tampak depan

Grand opening Alfamart Pulasaren pada 7 Mei 2008. Cabang Alfamart ini adalah salah satu 3944 toko di Indonesia. Di kota Cirebon, Anda akan menemukan total 63 yang dioperasikan oleh peritel favorit Anda Alfamart. Saat ini, kami memiliki katalog promosi 3 yang penuh dengan diskon luar biasa dan promosi menarik untuk toko.

Alamat Lokasi : Jl. Pulasaren No.64, RT.03/RW.07, Pekalipan, Kec. Pekalipan, Kota Cirebon, Jawa Barat 45115

1. Minggu 07.00-22.00 wib
2. Senin 07.00-22.00 wib
3. Selasa 07.00-22.00 wib
4. Rabu 07.00-22.00 wib
5. Kamis 07.00-22.00 wib
6. Jumat 07.00-22.00 wib
7. Sabtu 07.00-22.00 wib

3.1.6 Sejarah Albi

Albi atau Lebah Alfamart ini adalah maskot dari minimarket lokal terbaik Indonesia, yang telah banyak membantu dalam menjalin keakraban antara minimarket Alfamart dan para konsumennya. Albi adalah lebah yang ramah dengan karakter yang menyenangkan dan siap membantu siapa saja yang membutuhkan pertolongan. Hal tersebut merupakan pencerminan dari Alfamart yang siap membantu pelanggan dengan ketulusan untuk melayani. Albi sesuai dengan komitmen Alfamart untuk memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia dengan produk berkualitas dengan harga terjangkau serta layanan

bersahabat, dengan merangkul komunitas sekitar dan kompetisi yang sehat. Untuk mendekatkan maskot Albi dengan pelanggan khususnya anak-anak, Alfamart menghadirkan Albi dalam bentuk komik setebal 128 halaman. Komik ini mengangkat Albi, maskot Alfamart sebagai tokoh utama serial petualangan di sebuah kerajaan lebah. Albi ditampilkan dengan sangat natural dan human tanpa meninggalkan sisi keberanian, kecerdasan, dan kesukaan menolong. Semua sifat tersebut merupakan gambaran dari Alfamart yang selalu ingin melayani pelanggan dengan kesungguhan hati. Melalui konsep komik ini, Alfamart memberikan pengetahuan dan gambaran kepada anak-anak tentang kehidupan dunia lebah yang erat kaitannya dengan kegotongroyongan dan saling tolong-menolong agar anak-anak lebih mudah memahami sebagaimana Alfamart dalam menjalankan bisnisnya yang senantiasa mengacu pada prinsip hidup lebah yang menjadi maskot Alfamart. Komik yang ditulis oleh Ratna Yoes ini bisa didapatkan di gerai-gerai Alfamart dengan harga Rp.5000,-. Namun, khusus pemilik kartu AKU, AKU BNI, ataupun A Card Flazz akan mendapatkan potongan diskon 10 persen. Dalam komik Albi ini juga disisipkan kuis yang berhadiah merchandise cantik Albi bagi 100 pengirim jawaban yang benar.

Selain itu, Alfamart juga meluncurkan “Rumah Albi” untuk masyarakat. “Rumah Albi” merupakan satu ruangan serbaguna yang ada di gerai-gerai Alfamart pilihan yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sekitar sebagai wadah untuk berkumpul, bersosialisasi, berinteraksi, bermusyawarah dan beragam aktivitas lainnya. Ini merupakan bentuk pengabdian Alfamart kepada masyarakat yang membutuhkan ruang untuk beraktifitas. “Rumah Albi” dapat digunakan oleh semua lapisan masyarakat secara gratis seperti

kelompok arisan, karang taruna atau komunitas-komunitas lainnya untuk melakukan berbagai aktivitas seperti arisan, ulang tahun, nonton bareng, demo masak, senam, karang taruna, rapat warga, dan berbagai aktivitas di luar SARA dan POLITIK. Beragam fasilitas yang dapat dimanfaatkan masyarakat di dalam “Rumah Albi” di antaranya adalah ruangan berAC, meja-kursi, sound system dan kamar mandi. Di Jakarta, Rumah Albi sudah ada 4 antara lain di Pasar Minggu, Bintaro, Cengkareng, dan Karawang. Rumah Albi juga sudah diresmikan di Taman Kopo Indah Bandung. Tujuan “Rumah Albi” ini adalah selain mengakomodir masyarakat sekitar yang membutuhkan tempat untuk beraktivitas juga untuk menggiatkan komunitas-komunitas di sekitar gerai Alfamart serta menciptakan hubungan timbal balik yang baik antara Alfamart dan masyarakat.

Albi si lebah yang ramah adalah karakter yang menyenangkan dan siap membantu siapa saja yang membutuhkan pertolongan. Albi melambangkan Alfamart yang siap membantu pelanggan dengan ketulusan untuk melayani. Albi mengedepankan kehidupan dan tujuan kolektif, menghindari konflik, dan selalu tanggap akan perubahan di sekelilingnya. Albi merepresentasikan komitmen Alfamart untuk mencapai tujuan kolektif. Memenuhi kebutuhan keluarga Indonesia dengan produk berkualitas dengan harga terjangkau serta layanan bersahabat, dengan merangkul komunitas sekitar dan kompetisi yang sehat.

3.2 Metode Penelitian

3.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan

Metode penelitian adalah analisis teori atau ilmu yang membahas tentang metode dalam melakukan penelitian. Metode penelitian komunikasi adalah prosedur atau cara ilmiah dalam melakukan penelitian komunikasi untuk menemukan hal-hal baru, membuktikan atau menguji temuan penelitian sebelumnya atau untuk pengembangan ilmu komunikasi (Pujileksono, 2015: 4). Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2016:9) metode deskriptif kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk menggambarkan, melukiskan, menerangkan, menjelaskan dan menjawab secara lebih rinci permasalahan yang akan diteliti dengan mempelajari semaksimal mungkin seorang individu, suatu kelompok atau suatu kejadian. Dalam penelitian kualitatif manusia merupakan instrumen penelitian dan hasil penulisannya berupakata-kata atau pernyataan yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

3.2.2 Konsep Penelitian

Dengan desain penelitian ini dapat di jabarkan pada tabel berikut ini.

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Analisis Semiotika Model Charles Sanders Peirce	1. Representamen	a) Sign
	2. Object	b) Object
	3. Interpretan	c) Interpretan

Tabel 3.2
Konsep Penelitian
(Sumber: Nawiroh Vera “Semiotika dalam Riset Komunikasi”)

3.3 Informan dan Teknik Pengumpulan Data

3.3.1. Informan dan Teknik Pemilihan Informan

Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang di pandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.

Purposive sampling didasarkan atas informasi yang mendahului (*previous knowledge*) tentang keadaan populasi dan informasi ini harus tidak perlu diragu-

ragukan, masih samar-samar, atau masih berdasarkan dugaan-dugaan atau kira-kira.

Informan Kunci (*Key Informan*) merupakan mereka yang mengetahui dan memiliki berbagai informasi pokok yang diperlukan dalam penelitian, informan kunci dari Kepala Toko Alfamart Kalijaga, Alfamart Kesunean, Alfamart Pulasaren .

Informan pendukung merupakan orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian kualitatif. Untuk informan pendukung dari penelitian ini adalah karyawan/ti atau masyarakat sekitarnya.

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh peneliti untuk memperoleh data. Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Studi kepustakaan, dilakukan dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data melalui literatur, buku dan sumber bacaan lainnya yang relevan dan mendukung penelitian serta membantu peneliti untuk memperoleh informasi.

2. Wawancara suatu metode pengambilan data dengan proses tanya jawab yang dikerjakan secara sistematis dan berdasarkan pada tujuan penelitian. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur, yaitu proses tanya jawab antara peneliti dengan informan, dengan berpedoman pada pedoman wawancara yang hanya berfungsi sebagai acuan awal.

3. Dokumentasi metode ini mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, agenda, foto, dan sebagainya. Metode ini digunakan

untuk memperkuat dan memperoleh data, Teknik dokumentasi ini merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu, dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

4. Observasi dilakukan dengan cara melihat langsung Maskot Albi di gerai-gerai Alfamart pada saat event. Setelah proses observasi barulah diperoleh bagaimana maskot Albi dalam mengkomunikasikan *corporate identity* yang akan diteliti.

3.4. Operasionalisasi Konsep Penelitian

Konsep Penelitian	Dimensi	Parameter
Analisis Semiotika Model Charles Sanders Peirce	1. Representamen	a) Sign
	2. Object	a) Object
	3. Interpretan	b) Interpretan

Tabel 3.3
Konsep Penelitian

(Sumber: Nawiroh Vera “Semiotika dalam Riset Komunikasi”)

Teori Semiotika Charles Sanders Peirce sering kali disebut “*Grand Theory*” karena gagasannya bersifat menyeluruh, deskripsi struktural dari semua penandaan, Peirce ingin mengidentifikasi partikel dasar dari tanda dan menggabungkan kembali komponen dalam struktural tunggal.

Charles Sanders Pierce dikenal dengan model *triadic* dan konsep trikotomi nya yang terdiri atas berikut ini :

1. *Representamen* adalah bentuk yang diterima oleh tanda atau berfungsi sebagai tanda
2. *Object* merupakan sesuatu yang merujuk pada tanda. Sesuatu yang diwakili oleh representamen yang berkaitan dengan acuan.
3. *Interpretan* adalah tanda yang ada dalam benak seseorang tentang objek yang dirujuk sebuah tanda.

Dalam mengkaji objek, melihat segala sesuatu dari 3 konsep trikotomi, yaitu sebagai berikut :

1. *Sign (representamen)* merupakan bentuk fisik atau segala sesuatu yang dapat diserap pancaindra dan mengacu pada sesuatu, trikotomi pertama dibagi menjadi 3, yaitu :
 - a. *Qualisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan sifatnya. Misalnya sifat warna merah adalah *qualisign*, karena dapat dipakai tanda untuk menunjukkan cinta, bahaya atau larangan.
 - b. *Sinsign* adalah tanda yang menjadi tanda yang berdasarkan bentuk atau rupanya didalam kenyataan. Semua ucapan yang bersifat individual bisa merupakan *sinsign* suatu jeritan, dapat berarti heran, senang atau kesakitan.
 - c. *Legisign* adalah tanda yang menjadi tanda berdasarkan suatu peraturan yang berlaku umum, suatu konvensi, atau suatu kode. Semua tanda-tanda bahasa adalah *lesign* mengandung didalamnya suatu *sinsign*, suatu *second* yang menghubungkan dengan *third*,

yakni suatu peraturan yang berlaku umum.

2. *Object* tanda diklasifikasikan menjadi *icon*, *index*, *symbol*.

a. Ikon adalah tanda yang menyerupai benda yang diwakilinya atau suatu tanda yang menggunakan kesamaan atau ciri-ciri yang sama dengan apa yang dimaksudnya. Misalnya, kesamaan sebuah peta dengan wilayah geografis yang digambarkan nya, foto dan lain-lain.

b. Indeks adalah tanda yang sifat tandanya tergantung pada keberadaan nya suatu denotasi, sehingga dalam terminologi *pierce* merupakan suatu *secondness*. Indeks, dengan demikian adalah suatu tanda yang mempunyai kaitan atau kedekatan dengan apa yang diwakilinya.

c. Simbol adalah suatu tanda, dimana hubungan tanda dan denotasinya ditentukan oleh suatu peraturan yang berlaku umum atau ditentukan oleh suatu kesepakatan bersama.

3. *Interpretan*, tanda dibagi menjadi *rheme*, *dicisign*, dan *argument*.

a. *rheme*, bila lambang tersebut interpretan nya adalah sebuah first dan makna tanda tersebut masih dapat dikembangkan.

b. *dicisign*, bilamana antara lambang itu dan interpretan nya terdapat hubungan yang benar ada.

c. *argument*, bilamana suatu tanda dan interpretan nya mempunyai sifat yang berlaku umum merupakan *thirdness*.

3.5. Pengujian Keabsahan Data

Agar penelitian dapat dinilai kebenarannya dan dari segala segi

keorisinalitasnya, maka perlu dilakukan uji keabsahan data atau uji validitas serta pemeriksaan terhadap keabsahan data. Teknik pemeriksaan keabsahan data penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yakni teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding diluar data tersebut. Peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber data.

Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data, selain peneliti mendapatkan data dari observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung yaitu menonton dan mengamati maskot Albi ini dalam event yang diadakan oleh gerai Alfamart dalam rangka salahsatunya kegiatan sosial dalam mengkomunikasikan *corporatte* identity. Dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Tentu masing-masing cara itu akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan (insights) yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kebenaran.

3.6 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Analisis data ini dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas hingga datanya sudah jenuh.

Analisis data yang peneliti gunakan yaitu ada 3 tahap, yaitu mengambil analisis data model Miles dan Huberman ;

a. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemutusan perhatian melalui penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan.

Tahapan-tahapan reduksi data meliputi:

1. Membuat ringkasan;
2. Mengkode;
3. Menelusuri tema;
4. Membuat gugus-gugus;
5. Membuat Partisi;
6. Membuat Memo;

b. Penyajian Data

Penyajian data berarti mendisplay/menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dan sebagainya. Penyajian data yang sering digunakan dalam penelitian kualitatif adalah bersifat naratif. Ini dimaksud untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang di pahami.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan dalam penelitian mungkin dapat menjawab rumusan masalah, karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Kesimpulan penelitian kualitatif merupakan temuan baru yang disajikan berupa deskripsi atau gambaran yang awalnya belum jelas menjadi jelas dan dapat berupa hubungan kausal/interaktif dan hipotesis/teori.

3.7 Jadwal Penelitian

Waktu penelitian yang diperlukan dalam penelitian ini kurang lebih 4 (tiga) bulan, yang dimulai dari bulan April sampai dengan bulan Juli 2023, dan rencana jadwal penelitian yang dibentuk dapat dilihat dibawah ini.

N O	Jenis Kegiatan	Tahun	2023																			
		Bulan	Maret				April				Mei				Juni				Juli			
		Minggu	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																					
2	Pembuatan Proposal																					
3	Seminar Proposal																					
4	Penelitian																					
5	Seminar Hasil Penelitian																					
6	Sidang Skripsi																					

Tabel 3.4

Jadwal Penelitian

