



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme yaitu penelitian bertujuan menjelaskan, prediksi dan kontrol, bebas nilai dan ilmuwan yang tidak berpihak. Pada positivisme berlaku aturan verifikasi, yang berarti bahwa dimanapun dan kapanpun teori tersebut diuji maka hasilnya akan sama. Oleh karena itu, penelitian positivisme juga disebut sebagai penelitian yang menguji teori –dan seringkali teori tidak dapat dibantah kesahihan atau kebenarannya. Kalaupun ada penelitian dengan topik dan teori yang sama, maka penelitian kedua hanyalah bersifat verifikasi.

Namun, pada post-positivisme yang berlaku bukan verifikasi melainkan falsifikasi. Sebuah pengetahuan merupakan terdiri atas berbagai hipotesis yang dapat digugurkan dan dapat dipandang sebagai fakta atau hukum yang mungkin (Denzin dan Lincoln, 2009)

Peneliti menggunakan paradigma ini karena peneliti ingin menguji konsep yang peneliti gunakan, apakah konsep tersebut dapat diaplikasikan di lapangan dan juga sebaliknya, apakah kegiatan yang dilakukan oleh

objek penelitian sudah sesuai dengan konsep yang menjadi kerangka pemikiran.

### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur statistik atau cara kuantifikasi lainnya (Rosady Ruslan, 2003 : 212)

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain secara holistik, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Lexy Moleong, 2004 : 6)

Lebih lanjut, penelitian ini bersifat deskriptif. Elvinaro Ardianto dalam bukunya “Metodologi Penelitian untuk *Public Relations*” mengatakan bahwa metode ini mencari teori bukan menguji teori; *hypothesis-generating*, bukan *hypothesis testing*; dan *heuristic* bukan verifikasi. Ciri lain metode deskriptif kualitatif adalah menitikberatkan pada observasi dan suasana ilmiah (*natural setting*). Peneliti terjun langsung ke lapangan, bertindak sebagai pengamat. Ia membuat kategori perilaku, mengamati gejala, dan mencatatnya dalam buku observasi. Ia tidak berusaha untuk memanipulasi variabel. (Ardianto: 2011: 60)

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif karena peneliti ingin memahami fenomena secara ilmiah tentang apa yang dialami atau dijalankan oleh objek penelitian. Sifat deskriptif dipilih peneliti karena peneliti ingin mendeskripsikan fenomena tersebut secara terperinci.

### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode Studi Kasus. Denscombe menyatakan bahwa studi kasus fokus pada satu (atau beberapa) contoh dari fenomena tertentu dengan maksud untuk melakukan penelaahan mendalam tentang sebuah peristiwa, hubungan, pengalaman ataupun proses yang terjadi dalam kasus tersebut. Lebih lanjut lagi, Denscombe memaparkan lima karakteristik studi kasus yang antara lain : (1) Menyorot satu peristiwa, (2) Penelaahan mendalam, (3) Fokus kepada hubungan antar aspek kasus dan proses, (4) Setting alamiah, dan (5) Penggunaan beberapa sumber serta metode.

Sebagai satu metode yang digunakan untuk menelaah peristiwa secara mendalam, studi kasus memang menyorot satu peristiwa yang menjadi kajian utama. Karakteristik berikutnya adalah penelaahan mendalam. Ini merupakan ciri khas studi kasus secara umum. Pendalaman pemahaman penulis terhadap kasus merupakan instrumen kunci pada studi kasus. Berkaitan dengan karakteristik selanjutnya, penelaahan tersebut dapat dilakukan dengan mencoba memecah kasus kedalam beberapa aspek

yang kemudian dicari kaitannya. Pemahaman penulis akan kronologis terjadinya kasus juga menentukan kedalaman studi yang dilakukan.

Setting alamiah merupakan karakteristik dari semua penulisan kualitatif. Ini berarti penulis tidak akan memanipulasi objek studi (kasus). Penulis hanya akan bertindak sebagai penonton tatkala kasus yang dipelajari sedang terjadi. Dan untuk memperkuat keabsahan data, karakteristik yang terakhir merupakan acuan utama yaitu adanya variasi dalam pemerolehan data. (Denscombe, 2007: 36-37)

Tidak semua fenomena dapat dikategorikan sebagai kasus. Louis Smith (dalam Denzin dan Lincoln: 2009) memberi definisi yang cukup jelas bagi sebuah kasus, yaitu “sistem yang terbatas” (*a bounded system*). Dalam ilmu-ilmu sosial dan layanan kemanusiaan, kasus memiliki bagian-bagian operasional, bisa jadi bertujuan dan bahkan memiliki jiwa. Kasus adalah sebuah sistem yang padu. Bagian-bagian tidak harus beroperasi dengan baik, tujuan bisa jadi irasional, namun itu tetaplah sebuah sistem.

Mengenai batasan sistem ini pun Denscombe menyatakan dengan jelas, bahwa studi kasus harus memiliki batasan pembeda yang jelas (*distinct boundaries*). Batasan tersebut sangat berguna untuk membedakan satu kasus dengan kasus yang lain. Batasan tersebut juga berguna sebagai pembatas kajian suatu penulisan. Dengan memberikan batasan, maka penulis akan tertolong untuk menjaga penulisan agar tetap fokus.

Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah suatu kasus secara intensif, mendalam, mendetail dan komprehensif. Studi kasus bisa dilakukan terhadap individu, seperti yang lazim dilakukan para ahli psikologi analisis; juga terhadap kelompok seperti yang dilakukan beberapa ahli antropologi, sosiologi, dan psikologi sosial. Pada penelitian yang menggunakan metode ini, berbagai variabelnya ditelaah dan ditelusuri, termasuk kemungkinan hubungan antarvariabel yang ada (Ardianto, 2010 : 64)

Peneliti menggunakan metode studi kasus karena peneliti ingin mendalami pemahaman terhadap kasus yang menjadi objek penelitian dengan cara menelaah dan menganalisa hubungan antar aspek kasus dan proses menggunakan beberapa sumber serta metode dalam pemanfaatan *social media* dalam promosi *event* IIMS 2013 yang dilakukan oleh PR Dyandra Promosindo.

### **3.4 Narasumber dan Narasumber Kunci**

Narasumber atau informan kunci adalah orang yang dijadikan sandaran untuk melakukan *cross check* data atau proses triangulasi sumber. Penetapan subjek penelitian atau informan ini harus mempertimbangkan berbagai aspek, diantaranya: (Mukhtar, 2013:91)

1. Mereka yang relatif faham tentang masalah dan penelitian yang akan dilakukan.

2. Mereka yang mengerti tentang situasi sosial yang menjadi lokasi penelitian.
3. Mereka yang tidak berada dalam konflik dengan teman sejawat, bawahan, dan atasan.
4. Mereka yang mau berbagi informasi, ilmu, dan pengetahuan.
5. Mereka yang bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang diberikan.
6. Mereka orang yang kredibel, *acceptable*, dan dipercaya.

Narasumber kunci dalam penelitian ini adalah pembuat perencanaan strategi komunikasi Public Relations dalam PT. Dyandra Promosindo. Narasumber dalam penelitian ini adalah penanggung jawab dari akun *social media* IIMS, admin yang memegang langsung akun media sosial IIMS dan *automotive division manager* yang menangani langsung acara IIMS. Narasumber berikutnya adalah narasumber ahli sebagai perwakilan dari pihak eksternal. Berikut adalah penjabaran informasi mengenai Narasumber Kunci dan Narasumber dalam penelitian ini.

Tabel 3.1  
Narasumber Penelitian

No	Peran dalam Penelitian	Nama	Jabatan	Alasan Pemilihan Narasumber
1	Narasumber kunci	Mirna Gozal	PR Manager PT. Dyandra Promosindo	Paling mengerti mengenai masalah penelitian karena beliau yang menyusun strategi komunikasi yang dijalankan oleh Dyandra Promosindo, baik melalui media konvensional maupun media baru ( <i>social media</i> ) dan mempunyai otoritas untuk memberikan data-data penting yang dibutuhkan peneliti
2	Narasumber	Dahnia Chairunnisa	PR Staff PT. Dyandra Promosindo	Orang yang mengimplementasikan strategi dan perencanaan komunikasi Dyandra Promosindo khususnya IIMS.
3	Narasumber	Abiyoso Wietono	Automotive Division Manager PT. Dyandra Promosindo	Paling menguasai acara IIMS karena beliau adalah salah satu penanggung jawab pelaksanaan acara IIMS 2013.
4	Narasumber Ahli	Louisa Jessica Tjondro	Deputy Manager Digital Division Edelman Indonesia	Beliau menguasai permasalahan penelitian dan sudah berpengalaman di bidang media sosial.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif dikenal beberapa teknik atau metode pengumpulan data. Menurut Kriyantono (2006) teknik pengumpulan data dalam penelitian kualitatif terdiri dari: wawancara mendalam, observasi atau pengamatan lapangan, wawancara kelompok dan studi kasus. Namun dalam penelitian ini, peneliti hanya memakai tiga teknik pengumpulan data, yaitu:

#### 1. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapat data lengkap dan mendalam. Wawancara ini dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif. Biasanya wawancara mendalam menjadi alat utama pada penelitian kualitatif yang dikombinasikan dengan observasi partisipasi.

#### 2. Studi Dokumen

Dokumen dapat diperlakukan sebagai sumber data sesuai hak mereka - berlaku alternatif untuk kuesioner, wawancara atau observasi. Sumber dokumenter diidentifikasi di bawah ini adalah sumber-sumber tertulis. Ada, meskipun, jenis alternatif dokumen untuk penelitian, yang mengambil bentuk sumber visual (gambar, artefak) dan bahkan suara (musik). Ini juga merupakan suatu bentuk 'dokumen' yang memiliki nilai

untuk penelitian tetapi, karena mereka digunakan yang relatif jarang dalam ilmu-ilmu sosial. (Denscombe, 2007: 227)

### **3.6 Keabsahan Data**

Penelitian ini menggunakan analisis triangulasi dalam menganalisis kebenaran atau keabsahan data-data yang telah didapatkan. Denscombe menjelaskan bahwa triangulasi melibatkan praktek melihat sesuatu dari lebih dari satu perspektif. Hal ini dapat berarti penggunaan metode yang berbeda, sumber data yang berbeda atau bahkan peneliti yang berbeda dalam penelitian. Prinsip di balik ini adalah bahwa peneliti bisa mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari hal yang sedang diselidiki apakah dia memandangnya dari posisi yang berbeda. Gagasan triangulasi mengacu pada trigonometri dan hukum geometris terkait dengan segitiga. (Denscombe, 2007: 134)

Dalam pengumpulan data, triangulasi yang ideal tidak hanya akan mencari konfirmasi dari tiga sumber tetapi akan mencoba untuk menemukan tiga macam sumber. Jadi, jika Anda melihat suatu peristiwa dengan mata Anda sendiri (pengamatan langsung), dan dilaporkan kepada Anda oleh orang lain yang ada di sana (laporan lisan)-dan hal itu dijelaskan dengan cara yang sama oleh laporan kemudian ditulis oleh belum orang lain (dokumen)-Anda akan memiliki keyakinan yang cukup besar dalam pelaporan Anda dari peristiwa itu. (Yin, 2011: 81)

Triangulasi merupakan cara pemeriksaan keabsahan data yang paling umum digunakan. Cara ini dilakukan dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Dalam kaitan ini Patton (dalam Sutopo, 2006: 92) menjelaskan teknik triangulasi yang dapat digunakan. Teknik triangulasi yang dapat digunakan menurut Patton meliputi: a) triangulasi data; b) triangulasi peneliti; c) triangulasi metodologis; d) triangulasi teoretis. Pada dasarnya triangulasi merupakan teknik yang didasari pola pikir fenomenologi yang bersifat multi perspektif. Artinya, guna menarik suatu kesimpulan yang mantap diperlukan berbagai sudut pandang berbeda.

Dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data.

Penelitian ini menggunakan triangulasi data. Yang dapat disebut juga triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data, ia berusaha menggunakan berbagai sumber yang ada.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman ada tiga jenis kegiatan dalam analisis data (Ardianto, 2010: 223):

a. Reduksi. Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan.

b. Model Data (*data display*)

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah penyajian data. Di sini kita mendefinisikan model sebagai suatu kumpulan informasi tersusun yang memperbolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering dari data kualitatif selama ini adalah teks naratif.

c. Penarikan/Verifikasi Kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi (Miles dan Huberman, dalam Emzir, 2010: 129-133)

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penarikan kesimpulan dengan menggabungkan data-data yang telah dikumpulkan dan melakukan verifikasi dengan membandingkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan antara narasumber kunci dan narasumber lainnya.

### **3.8 Fokus Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan *social media* dalam promosi acara Indonesia International Motor Show yang dilakukan oleh divisi Public Relations PT. Dyandra Promosindo. Untuk melakukan analisis tersebut maka peneliti menggunakan konsep perencanaan media sosial oleh Peter R. Scott dan J. Mike Jacka. Disebutkan pada konsep tersebut, dalam merencanakan kegiatan media sosial ada enam tahap yang harus diperhatikan, yaitu: (1) *Goals*, (2) *Channels*, (3) *Engagement*, (4) *Staffing and Funding*, (5) *Metrics*, dan (6) *Social Media Policies*.

### **3.9 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi dilakukannya penelitian ini adalah di kantor PT. Dyandra Promosindo, The City Tower (TCT) 7th Floor Jl MH Thamrin 81, Jakarta Pusat. Lokasi tersebut menjadi tempat peneliti melakukan wawancara dengan Mirna Gozal sebagai narasumber kunci beserta dua narasumber lainnya Dahnia Chairunnisa dan Abiyoso Wietono. Selain itu, peneliti juga melakukan triangulasi berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber ahli, Jessica Louisa di kantor Edelman Indonesia, Jl. Adityawarman Kav.55 Kebayoran Baru, 3rd Floor Recapital Building Jakarta Selatan. Penelitian ini dilaksanakan selama tiga bulan yaitu tanggal 19 Maret 2014 sampai dengan 19 Juni 2014.