



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 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, motivasi, tindakan, dll., secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2013:6).

Karakteristik penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2013:8) diantaranya adalah:

- a. Penelitian kualitatif melakukan penelitian pada latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan (*entity*), maksudnya penelitian kualitatif membawa peneliti untuk memasuki dan melibatkan sebagian waktunya ke dalam objek penelitiannya.
- b. Dalam penelitian kualitatif peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain merupakan alat pengumpul data utama.
- c. Peneliti kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu dengan melakukan pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen.
- d. Melakukan analisis data secara induktif, dengan tujuan untuk mendapatkan kenyataan-kenyataan jamak sebagai yang terdapat dalam data, agar dapat

menguraikan latar belakang secara penuh dan dapat membuat keputusan tepat tentang dapat-tidaknya pengalihan pada suatu latar lainnya, agar lebih dapat menemukan pengaruh bersama yang mempertajam hubungan-hubungan, analisis secara induktif juga dapat memperhitungkan nilai-nilai secara eksplisit sebagai bagian dari struktur analitik, dan dapat membuat hubungan peneliti-responden menjadi lebih eksplisi, dapat dikenal dan akuntabel.

- e. Melakukan penyusunan teori dari bawah ke atas (*grounded theory*), yaitu dari sejumlah data yang banyak dikumpulkan dan yang saling berhubungan. Maksudnya, jika peneliti merencanakan untuk menyusun teori, arah penyusunan teori tersebut akan menjadi jelas sesudah data dikumpulkan.
- f. Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Data dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.
- g. Penelitian kualitatif lebih banyak mementingkan segi proses daripada hasil.
- h. Penelitian kualitatif menghendaki ditetapkan adanya batasan dalam penelitian atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian. Pertama, batas menentukan kenyataan jamak yang kemudian mempertajam fokus. Kedua, penetapan fokus dapat lebih dekat dihubungkan oleh interaksi antara peneliti dengan fokus.
- i. Penelitian kualitatif meredefinisikan validitas, realibilitas, dan objektivitas dalam versi lain dibandingkan dengan yang lazim digunakan dalam penelitian klasik.

- j. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus menerus disesuaikan dengan kenyataan di lapangan, jadi sifatnya tidak kaku dan dapat diubah lagi.
- k. Penelitian kualitatif menghendaki agar pengertian dan hasil interpretasi yang diperoleh dirundingkan dan disepakati oleh manusia yang dijadikan sumber data, sehingga hasil penelitian harus dirundingkan dan disepakati bersama.

Penelitian berjudul “Strategi *Digital Media* PT XL Axiata Tbk, (Studi Kasus: Webisode ‘Maaf Soraya’)” ini menggunakan metode penelitian kualitatif, karena tujuan dari penelitian ini adalah peneliti dapat memahami bagaimana PT XL Axiata Tbk, melakukan strategi *digital media* melalui webisode ‘Maaf Soraya’.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Kriyantono (2009:67) menjelaskan bahwa tujuan dari jenis penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi memo dan dokumen resmi lainnya. (Endrasswara, 2006:91)

Penggunaan pendekatan deskriptif kualitatif yang dilakukan pada penelitian ini bertujuan agar peneliti dapat meneliti kasus ini secara mendalam dan menjelaskannya secara lengkap dan sistematis mengenai strategi *digital media* yang dilakukan PT XL Axiata Tbk, melalui webisode ‘Maaf Soraya’ sebagai salah satu program promo Ramadhan Bagi-Bagi Maaf.

Penulis memilih menggunakan paradigma post-positivisme sebagai dasar dari penelitian ini. Menurut Denzin dan Lincoln dalam buku *Handbook of Qualitative Research* (Denzin dan Lincoln, 2000: 6) paradigma post-positivisme mengasumsikan bahwa realitas ada namun tidak bisa dipahami secara sempurna karena pada dasarnya mekanisme intelektual manusia memiliki kekurangan, sedangkan fenomena itu sendiri secara fundamental memiliki sifat yang tak mudah diatur. Elemen metodologi dalam paradigma ini bertujuan untuk memecahkan persoalan yang dipaparkan di awal dengan melakukan penelitian dalam setting yang lebih alami, mengumpulkan informasi yang lebih situasional dan mengenalkan kembali penemuan sebagai satu elemen dalam penelitian.

Paradigma post positivisme dalam penelitian diharapkan dapat memperbaiki kelemahan-kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Oleh karena itu secara metodologis, pendekatan eksperimental melalui observasi tidaklah cukup, tetapi harus menggunakan metode triangulasi yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, peneliti dan teori serta wawancara mendalam agar mengetahui bagaimana strategi *digital media* berjalan.

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi atau komunitas, suatu program atau suatu situasi sosial (Mulyana, 2006:201). Peneliti studi kasus berupaya untuk menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti dengan menggunakan berbagai metode: wawancara, pengamatan, penelaahan dokumen, survey dan data apa pun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci.

Menurut Lincoln dan Guba dalam Mulyana (2006:201) keistimewaan dari studi kasus meliputi hal-hal berikut:

1. Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian, yakni menyajikan pandangan subjek yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan pandangan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
4. Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi faktual, tetapi juga kepercayaan.
5. Studi kasus memberikan ‘uraian tebal’ yang diperlukan bagi penilaian atas transferabilitas.

6. Studi kasus terbuka bagi penilaian atas konteks yang turut berperan bagi pemaknaan atas fenomena dalam konteks tersebut.

Studi kasus dalam buku Metode-Metode Riset Kualitatif dalam PR dan Marketing Communication menjabarkan karakteristik studi kasus sebagai berikut (Holloway dan Christine; 2008:162):

- a. Eksplorasi mendalam dan menyempit.
- b. Berfokus pada peristiwa nyata dalam konteks kehidupan sesungguhnya.
- c. Dibatasi ruang dan waktu.
- d. Bisa hanya merupakan kilasan, atau riset longitudinal tentang peristiwa yang sudah maupun yang sedang terjadi.
- e. Dari berbagai sumber informasi dan sudut pandang.
- f. Mendetail dan deskriptif.
- g. Pandangan menyeluruh, menyelidiki hubungan dan keterpautan.
- h. Fokus pada realitas yang diterima apa adanya, maupun realitas yang penting dan tidak biasa.
- i. Bermanfaat untuk membangun, sekaligus menguji teori.

Pendekatan studi kasus membuat peneliti dapat memperoleh pemahaman utuh dan terintegrasi mengenai interelasi berbagai fakta dan dimensi dari kasus khusus tersebut. Studi kasus dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu:

- a. Studi kasus intrinsik (penelitian dilakukan memahami kasus secara utuh, tanpa harus menghasilkan konsep atau teori atau tanpa upaya mengeneralisasi)
- b. Studi kasus instrumental (upaya untuk pemahaman isu dengan baik, juga termasuk untuk pengembangan dan memperhalus teori)
- c. Studi kasus kolektif (studi kasus instrumental yang diperluas mencakup beberapa kasus guna mempelajari fenomena umum lebih mendalam).

Poerwandari (2007:125)

Studi kasus yang dilakukan peneliti adalah studi kasus intrinsik. Dengan menggunakan metode ini penulis ingin menampilkan keunikan yaitu penggunaan webisode 'Maaf Soraya' sebagai salah satu strategi marketing communication, yaitu *digital media* dalam mempromosikan program Ramadhan "Bagi-Bagi Maaf".

3.3 Key Informan dan Informan

Menurut Moleong (2004:3) Key Informan adalah mereka yang tidak hanya memberikan keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa

memberikan saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu kepada sumber yang bersangkutan.

Peneliti mendapat informasi dan data yang dibutuhkan dari:

1. *Key Informan: XM Digital Marketing*

Narasumber: Maulana Nurhadi – *Associate Account Director* di Agency XM Gravity.

Sebagai *Associate Account Director*, Maulana Nurhadi merupakan orang yang menjadi koordinator sekaligus orang yang bertanggungjawab atas tim XM Gravity yang membantu tim digital marketing PT XL Axiata Tbk., dalam menjalankan strategi digital marketingnya ‘Bagi-Bagi Maaf (webisode ‘Maaf Soraya’)’.

2. *Informan: Tim Digital Marketing PT XL Axiata Tbk.,*

Narasumber (1): Syaiful Akbar – *Digital & Social Media Activations*.

Narasumber (2): Dipa Andika Nurprasetyo – *Social Media Specialist*.

Berdasarkan penelitian peneliti yang ingin mengungkap bagaimana XL melakukan strategi *Digital media*-nya maka Dipa Andika selaku salah *Social Media Specialist* yang bertanggungjawab atas pemilihan media sosial yang digunakan pada strategi ini, dan dibantu oleh Syaiful Akbar yang bertanggungjawab atas strategi dari kegiatan aktivasi yang terkait di media sosial, sekaligus juga melakukan monitoring dari kegiatan-kegiatan yang dilakukan di media sosial.

Objek penelitian adalah akun Youtube resmi milik PT XL Axiata Tbk, yaitu xlaxiata.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Data merupakan hal yang penting dalam penelitian, untuk itu data yang didapat harus sesuai dan relevan dengan apa yang diteliti. Data dibedakan menjadi data primer dan sekunder. Data primer menurut Rachmat Kriyantono merupakan data yang diperoleh melalui pihak lain atau sumber lain atau data yang tidak diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Kriyantono, 2006:41-42).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Wawancara Mendalam

Wawancara menurut Moleong (2013:186) adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan tersebut. Maksud dari diadakannya wawancara menurut Lincoln dan Guba (1985:266) dalam Moleong (2013:186) antara lain adalah mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian, dan lain-lain kebulatan; merekonstruksi kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu; memproyeksikan kebulatan-kebulatan sebagai yang diharapkan untuk dialami pada masa yang akan datang; memverifikasi, mengubah dan memperluas informasi yang diperoleh dari orang lain, baik manusia maupun bukan manusia

(triangulasi); dan memverifikasi, mengubah dan memperluas konstruksi yang dikembangkan oleh peneliti sebagai pengecekan anggota.

2. Dokumentasi

Menurut Yin dalam buku Studi Kasus Desain & Metodologi (1996:104), dokumentasi, diantaranya:

- a. Surat, memorandum, dan pengumuman resmi.
- b. Agenda, kesimpulan-kesimpulan pertemuan, dan laporan-laporan peristiwa tertulis lainnya.
- c. Dokumen-dokumen administratif – proposal, laporan kemajuan dan dokumen-dokumen intern lainnya.
- d. Penelitian-penelitian atau evaluasi-evaluasi resmi pada situs yang sama.
- e. Kliping-kliping baru dan artikel-artikel lain yang muncul di media massa.

Untuk studi kasus, penggunaan dokumen yang paling penting adalah sebagai pendukung dan menambah bukti dari sumber-sumber lain. Pertama, dokumen membantu penverifikasian ejaan dan judul atau nama yang benar dari organisasi yang telah disinggung dalam wawancara. Kedua, dokumen dapat menambah rincian spesifik lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain; jika bukti dokumen bertentangan dan bukannya mendukung, peneliti mempunyai alasan untuk meneliti lebih jauh topik yang bersangkutan. Ketiga, inferensi dapat dibuat dari dokumen-dokumen.

Secara keseluruhan, dokumen memiliki peran yang sangat penting dalam pengumpulan data studi kasus. Penelusuran yang sistematis terhadap dokumen relevan karenanya penting sekali bagi rencana pengumpulan data.

3.5 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan “Teknik Analisis Interaktif Miles dan Huberman” atau yang lazim disebut *interactive model*. Teknik analisis ini pada dasarnya terdiri dari tiga komponen, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Pawito; 2007:104).

Reduksi data terdiri dari tahap editing, pengelompokan dan meringkas data, dilanjutkan tahap kedua, peneliti menyusun kode-kode dan catatan mengenai berbagai hal, termasuk yang berkenaan dengan aktivitas serta proses-proses, sehingga peneliti dapat menentukan tema, kelompok dan pola data.

Sedangkan dalam penyajian data, peneliti akan melakukan organisasi data yakni menjalin data yang satu dengan data yang lain, hingga semua data yang dianalisis benar-benar dilibatkan dalam satu kesatuan. Peneliti akan melakukan penyajian data dengan cara memilah dan mengkategorisasikan data yang telah diperoleh dalam bentuk tabel, diagram dan lainnya.

Komponen terakhir adalah penarikan kesimpulan. Pada dasarnya peneliti akan memberikan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian secara keseluruhan dan mengimplementasikan teori yang digunakan. Tujuan dan fokus penelitian juga harus dapat terjawab sesuai dengan analisis seluruh data yang telah dilakukan.

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Jadi, tanpa mengetahui teknik analisis data, peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.

Teknik keabsahan data digunakan peneliti untuk melihat keabsahan data yang diperoleh. Menurut Moleong (2010:330), teknik triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain.

Penelitian ini akan menggunakan teknik triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Dapat dicapai dengan cara:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang diaktakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Triangulasi sumber data merupakan cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang didapat sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain, dengan melakukan triangulasi, peneliti dapat merecheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode atau teori. Untuk itu peneliti dapat melakukannya dengan jalan:

1. Mengajukan berbagai macam variasi pertanyaan.
2. Mengecek dengan berbagai sumber data.
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

Berdasarkan penjelasan di atas, dengan menggunakan triangulasi sumber, peneliti akan memeriksa kembali seluruh kevalid-an data yang telah diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan membandingkan dengan isi studi dokumen, dan juga membandingkan dengan apa yang dikatakan masyarakat.

3.7 Fokus Penelitian

Fokus penelitian diperlukan agar penelitian lebih terarah dan fokus, maka pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada strategi komunikasi pemasaran PT XL Axiata Tbk., khususnya melalui strategi *digital media* melalui webisode 'Maaf Soraya'.

Secara spesifik masalah-masalah dalam penelitian ini difokuskan pada:

Penyusunan strategi *digital media (plan)* berdasarkan model analisis khusus media sosial yang merupakan model analisis dari Breakenridge bernama *The Social Media Strategy Wheel* yang terbagi ke dalam empat tahapan, yaitu:

1. *Audit / Discovery dan Research*
2. *Goals, Objectives, Audience Profile, dan Budget*
3. *Tracking & Monitoring Strategy, Distribution / Channel Strategy, Communication / Content Optimization Strategy, Engangement Strategy, & Measurement Strategy.*
4. *Evaluation: High Value Interactions.*

UMMN