



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 yang dilakukan oleh peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan pertimbangan bahwa penelitian kualitatif lebih tepat digunakan dalam penelitian yang dilakukan secara lebih mendalam dan terperinci dari sebuah fenomena serta kasus yang terjadi. Penelitian berjudul “Daya Tarik Pesan Promosi Paramount Land Melalui Penggunaan Brand Ambassador” termasuk penelitian Kualitatif.

Kriyantono (2006: h. 56-57) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif yang lebih ditekankan adalah tingkat kedalaman (kualitas) dari data, dan bukan banyaknya (kuantitas) data. Lebih lanjut, Kriyantono menyebutkan bahwa semua riset yang menggunakan pendekatan kualitatif dilakukan untuk menjelaskan sebuah fenomena sedalam – dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam dalamnya.

Bogdan dan Taylor (1975 dalam Moelong, 2006, h. 4) mendefinisikan metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan kualitatif diarahkan pada latar dan individu tersebut secara utuh. Dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif peneliti mencari semua data yang dibutuhkan, kemudian dikelompokkan menjadi lebih spesifik.

Kirk dan Miller (dalam Moelong, 2006, h. 7) juga mendefinisikan bahwa penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Sedangkan, menurut Denzin & Lincoln (2009, h. 2) penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang fokus perhatiannya pada beragam metode, yang mencakup pendekatan interpretif dan naturalistik terhadap subjek kajiannya. Hal ini berarti bahwa penelitian kualitatif mempelajari benda-benda di dalam konteks alaminya, yang berupaya untuk memahami, atau menafsirkan, fenomena dilihat dari sisi makna yang dilekatkan manusia (peneliti) kepadanya. Penelitian kualitatif mencakup penggunaan subjek yang dikaji dan kumpulan berbagai data empiris yang menggambarkan saat dan makna keseharian problematis dalam kehidupan individu atau sekelompok individu.

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif menurut Kountur adalah jenis penelitian yang memberikan gambaran atau uraian suatu keadaan sejelas mungkin tanpa ada perlakuan terhadap objek yang diteliti. (Kountur, 2005, h. 104)

Penelitian deskriptif mempelajari tentang masalah-masalah dalam masyarakat serta tatacara yang berlaku dalam masyarakat serta situasi-situasi tertentu, termasuk hubungan kegiatan, sikap, pandangan, serta proses yang sedang berlangsung termasuk mempengaruhi fenomena. (Nazir, 2003, h. 54)

Penelitian deskriptif bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara terperinci, dan jelas, mendeskripsikan pernyataan yang ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu tapi menggambarkan apa yang ada tentang suatu keadaan. Dalam penelitian ini peneliti ingin mendeskripsikan daya tarik pesan promosi Paramount Land melalui penggunaan *brand ambassador*.

Paradigma menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2007, h. 49), adalah kumpulan dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama. Konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berfikir penelitian. Menurut Harmon (dalam Moleong, 2007, h. 50), paradigma adalah sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas. Paradigma merupakan pola atau model tentang bagaimana suatu bagian berfungsi.

Peneliti menggunakan paradig post-positivistik, menurut Daymon paradigma post-positivistik adalah paradig yang tidak bergantung kepada data-data gagasan, melainkan dilihat dari hubungan antara individu, keterlibatan peneliti dalam menginterpretasikan praktik tersebut. Peneliti menyakini gagasan teori dan konsep yang muncul dari data, yang mereka hubungkan secara langsung dengan situasi tertentu yang berlangsung secara alami. (2008, h. 6-7)

Peneliti menggunakan paradigma post-positivistme karena penelitian ini tidak hanya bergantung pada data gagasan yang diperoleh sebelumnya, tetapi berdasarkan pada hasil pengamatan yang dilakukan peneliti.

3.2 Metode Penelitian

Di dalam penelitian ini paradigma penulisan yang peneliti gunakan untuk penelitian adalah menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data atau sebanyak mungkin data yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis. (Kriyantono, 2006, h. 65)

Menurut Yin (2000, dalam Kriyantono, 2006, h. 65), memberikan batasan mengenai studi kasus sebagai riset yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tidak tampak dengan jelas dan di mana multisumber bukti dimanfaatkan.

Menurut Smith sebagaimana dikutip di dalam Lidico, Spaulding, dan Voegtler (dalam Emzir, 2010, h. 20), studi kasus dapat menjadi berbeda dari bentuk-bentuk penelitian kualitatif lain oleh fakta bahwa studi ini berfokus pada satu unit, tunggal atau terbatas. Keterbatasan dapat ditentukan dengan menanyakan “apakah terdapat batasan dalam jumlah orang yang terlibat dapat diwawancarai atau suatu jumlah waktu tertentu”, Menurut Merriam (1998, dalam Emzir, 2010, h. 20) Jika terdapat jumlah orang tak terbatas yang dapat diwawancarai atau pada observasi yang dapat dilaksanakan, maka fenomena tersebut tidak cukup terbatas untuk menjadi sebuah kasus.

Untuk memulai studi kasus, pertama peneliti mengidentifikasi masalah atau pertanyaan yang akan diteliti dan mengembangkan suatu rasional

mengapa sebuah studi kasus merupakan metode yang sesuai untuk digunakan dalam studi tersebut. Masalah atau pertanyaan yang di kerangkakan melalui pengalaman, observasi atau tinjauan peneliti yang relevan.

Penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti terbatas hanya pada “Strategi Promosi Paramount Dalam Membangun Image Perusahaan. Wawancara ini akan dilakukan kepada informan yang berkaitan dengan penelitian yaitu pihak *promotion & PR* Paramountland, serta pakar yang merupakan ahli dalam bidangnya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2006, h. 41), data dalam penelitian merupakan hal yang sangat penting , karena tujuan utama dari penelitian ini adalah memperoleh data atau informasi. Untuk mendapatkan data atau informasi yang mendukung penelitian ini, maka penelitian memerlukan data primer dan data sekunder yang menggunakan metode pengumpulan sebagai berikut:

1. Data Primer dalam penelitian ini melauai wawancara.

Menurut Esterberg, wawancara adalah pertemuan antara dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam bentuk topik tertentu (Sugiyono, 2012, h. 231)

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang diteliti dan mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam wawancara

yang akan dilakukan, peneliti akan memberikan sejumlah pertanyaan yang telah dipersiapkan berkaitan dengan topik penelitian ini.

2. Data sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan atau literatur. Hal ini bertujuan untuk mendukung data-data yang diperoleh dari data primer, masukan, rujukan, maupun perbandingan terhadap masalah yang akan diteliti (Kriyantono, 2009). Studi kepustakaan yang dilakukan oleh peneliti berupa buku-buku referensi, jurnal, serta penelitian-penelitian sejenis. Data-data penunjang lain yang digunakan adalah dokumen-dokumen internal perusahaan.

3.4 Key Informan dan Informan

Untuk memperoleh informasi dengan lengkap, peneliti menggunakan teknik wawancara, wawancara dilakukan kepada beberapa *key informan* yang terkait dengan topik dan objek penelitian. *Key informan* adalah orang yang terlibat langsung dan menguasai dalam kegiatan strategi promosi dan pemilihan *brand ambassador*.

Key informan adalah mereka yang tidak hanya bisa memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti tetapi bisa juga memberi saran tentang sumber yang terbukti mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan. *Key informan* dan *informan* sangat penting dalam suatu penelitian, karena merek adalah sumber informasi dan merekalah yang dapat memberikan keterangan. (Moleong, 2006, h. 132)

Berdasarkan asumsi yang diatas peneliti menggunakan *key informan* dan *informan*, yaitu:

- 1) Bromo Asmoro Wisnujati selaku *PR and Promotion Paramount Land* merupakan informan utama dalam penelitian ini. Alasan memilih beliau karena beliau mengetahui hal-hal yang berkaitan dengan *brand ambassador* beserta alasan dalam melakukan pemilihan *brand ambassador*.
- 2) Syahfa Prasetyo selaku *Corporate Communication Paramount Land* merupakan informan yang mengetahui tentang kegiatan promosi serta hal-hal yang dilakukan berkaitan dengan kegiatan promosi.
- 3) Adam Mulyadi selaku *Brand Consulting* yang menjabat *Creative Director* dari *EggHead Branding Consultan* dan mengetahui tentang *brand ambassador* beserta tujuan dari kegiatan promosi

3.5 Keabsahan Data

Dalam memeriksa keabsahan data yang digunakan adalah teknik trigulasi data. Teknik trigulasi adalah proses penguatan bukti dari beberapa individu yang menjadi informan dalam penelitian yang berbeda dengan teknik pengamatan yang sebelumnya dan melakukan wawancara dengan *key informan* yang berbeda dari *informan* yang telah diwawancarai sebelumnya. (Emzir, 2010, h. 79)

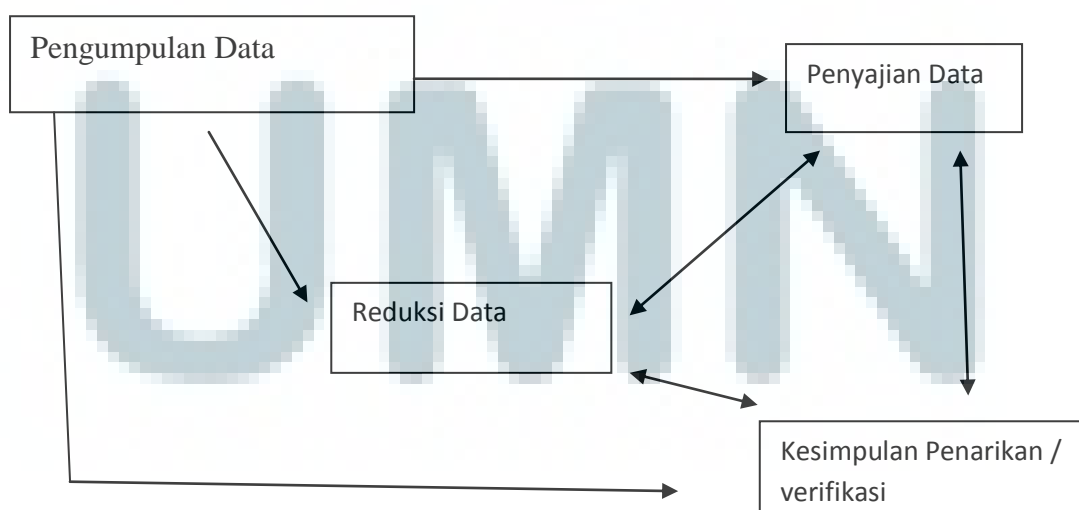
Ada empat macam trigulasi sebagai teknik untuk pemeriksaan untuk mencapai keabsahan data, yaitu trigulasi data dengan menggunakan berbagai sumber data

seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi, dan melakukan wawancara lebih dari satu subjek yang masih dianggap memiliki sudut pandang yang berbeda. (Patton, 2002, h. 555-563)

Tujuan dari triangulasi adalah untuk mengkonfirmasi kebenaran data dengan membandingkannya dengan yang diperoleh dari sumber lain, di berbagai fase penelitian lapangan, waktu yang berlainan, dan dengan metode yang berlainan. (Ardianto, 2010, h. 97)

3.6 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan penelitian ini adalah berdasarkan model menurut Miles dan Huberman (1998, yang dikutip Suharsaputra, 2012, h. 218-219) kegiatan-kegiatan dalam analisis data kualitatif terdiri dari tiga sub-proses yang saling terkait, yaitu : reduksi data, penyajian data, dan pengambilan kesimpulan atau *verifikasi*. Proses ini dilakukan pada saat menentukan rancangan atau perencanaan penelitian.



Gambar 3.6 Komponen Analisis Data (Sumber: Analisis Penelitian Kualitatif)

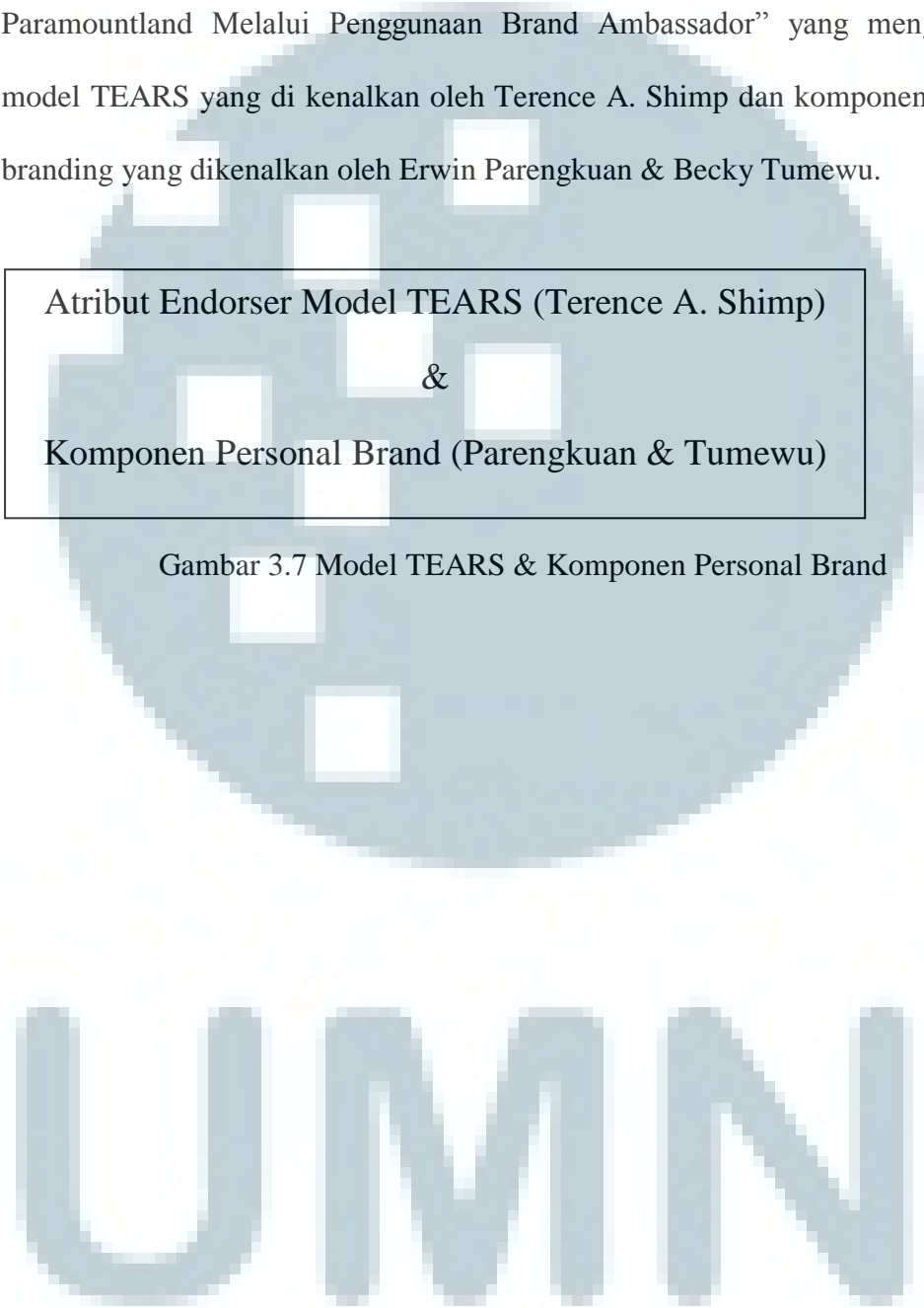
Reduksi data adalah proses mengolah data dari lapangan dengan memilah, memilih dan menyederhanakan data dengan merangkum yang penting-penting sesuai dengan focus masalah penelitian. Sedangkan, kriteria reduksi yang digunakan adalah mengarahkan perhatian langsung kepada fenomena dari pengalaman, sebagaimana ia menampakan diri, yang kedua mendeskripsikan pengamatan itu dan jangan menerangkan, yang ketiga memberikan bobot yang sama terhadap fenomena-fenomena yang secara langsung menampakan diri, dan yang terakhir carilah dan telitilah struktur dasar yang tidak beraneka dari fenomena itu.

Tahap kedua adalah menyajikan data atau *data display* untuk lebih menyistematikan data yang telah direduksi sehingga terlihat sosoknya yang lebih utuh. Dalam *display* data laporan yang sudah direduksi dilihat kembali gambaran secara keseluruhan, sehingga dapat tergambar konteks data secara keseluruhan, dan dari situ dapat dilakukan penggalian data kembali apabila dipandang perlu untuk lebih mendalami masalahnya.

Tahap berikutnya adalah tahap menarik kesimpulan / *verifikasi*. Tahap ini melibatkan peneliti di dalam proses interpretasi atau penetapan makna dari data yang tersaji. Cara yang digunakan dapat beragam, yaitu metode komparaso. Merumuskan pola tema, pengelompokan, dan penggunaan metafora tentang metode konfirmasi seperti trigulasi, mencari kasus-kasus negatife, menindaklanjuti temuan-temuan, dan cek silang hasilnya dengan responden.

3.7 Fokus Penelitian

Penelitian ini akan membahas tentang “Daya Tarik Pesan Promosi Paramountland Melalui Penggunaan Brand Ambassador” yang menggunakan model TEARS yang di kenalkan oleh Terence A. Shimp dan komponen personal branding yang dikenalkan oleh Erwin Parengkuan & Becky Tumewu.



Atribut Endorser Model TEARS (Terence A. Shimp)
&
Komponen Personal Brand (Parengkuan & Tumewu)

Gambar 3.7 Model TEARS & Komponen Personal Brand