



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

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif. Peneliti memilih pendekatan kualitatif dalam penelitian ini karena peneliti melakukan interpretasi terhadap hasil penelitian yang didapat. Dalam penelitian ini peneliti mengutamakan kedalaman dari data yang didapatkan. Peneliti menelaah lebih dalam strategi yang diterapkan perusahaan dalam menjalankan *marketing public relations* seperti yang telah disebutkan dalam rumusan masalah sebelumnya dan mendeskripsikan detailnya, *quotes*, dan komentar-komentar yang diperoleh peneliti sebagai hasil penelitian.

Menggunakan definisi yang sederhana, penelitian kualitatif adalah penelitian yang bersifat interpretif (menggunakan penafsiran) yang melibatkan banyak metode dalam menelaah masalah penelitiannya. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menelaah hal-hal yang berada dalam lingkungan alamiahnya, berusaha memahami, atau menafsirkan fenomena berdasarkan makna-makna yang orang berikan kepada hal-hal tersebut. Secara konvensional metodologi kualitatif cenderung diasosiasikan dengan keinginan peneliti untuk menelaah makna,

konteks, dan suatu pendekatan holistik terhadap fenomena (Mulyana dan Solatun, 2007, h. 5-6).

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif, peneliti mendeskripsikan secara detail topik yang diteliti secara sistematis dan akurat. Peneliti menggambarkan hasil sesuai yang dilihat dan ditafsirkan. Penelitian deskriptif merupakan suatu metode yang digunakan untuk meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang (Prastowo, 2011, h. 186). Menurut Rachmat Kriyantono, penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti sudah mempunyai konsep dan kerangka konseptual untuk melakukan operasionalisasi konsep yang akan menghasilkan variabel serta indikatornya. Penelitian ini untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel (Kriyantono, 2009, h. 67-68).

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma *post-positivisme*. Paradigma itu sendiri merupakan pola atau model tentang bagaimana sesuatu distruktur (bagian dan hubungannya) atau bagaimana bagian-bagian berfungsi (perilaku yang di dalamnya ada konteks khusus atau dimensi waktu. Menurut Bogdan dan Biklen (1982, dikutip dalam Moleong, 2010, h. 49) paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian.

Pengertian paradigma *post-positivisme* menurut Salim dalam Gunawan (2013, h. 30) adalah aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan *positivism* yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologi aliran ini bersifat *critical realism* yang memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi sesuatu hal, yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia (peneliti). Oleh karena itu, secara metodologi pendekatan eksperimental melalui metode triangulasi, yaitu penggunaan bermacam-macam metode, sumber data, peneliti dan teori. Alasan digunakannya paradigma *post-positivisme* dalam penelitian ini adalah untuk melihat realitas dan mendapatkan kebenaran tanpa membuat jarak dengan realitas.

3.2 Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah metode penelitian yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2009, h. 65).

Studi kasus adalah suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan di mana multisumber bukti dapat dimanfaatkan. Jenis studi kasus yang digunakan adalah studi kasus deskriptif, di

mana peneliti mendeskripsikan fenomena yang terjadi dalam data yang diperoleh (Yin, 2014, h. 18).

Tujuan diadakannya penelitian ini untuk menyelidiki sebuah kasus dalam suatu jenjang waktu melalui pengumpulan data secara mendalam dan detail yang melibatkan beberapa sumber informasi (observasi, wawancara, materi audiovisual, dan laporan dokumen.), dan melaporkan deskripsi sebuah kasus dan tema berbasis kasus. (Creswell, 2007, h. 73).

Dalam penelitian ini, jenis studi kasus yang digunakan adalah studi kasus *single case embedded design* atau studi kasus tunggal terjalin. Robert K. Yin (2014, h. 46) menjelaskan bahwa desain terjalin menggunakan lebih dari satu unit analisis, seperti yang terdapat dalam penelitian ini, maka dari itu penelitian ini berjenis studi kasus tunggal terjalin.

3.3 Key Informan

Narasumber atau informan adalah orang yang bisa memberikan informasi-informasi utama yang dibutuhkan dalam penelitian. Narasumber atau informan itulah yang dimaksud dengan subjek penelitian (Prastowo, 2011, h. 195). Informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian. Jadi, informan harus mempunyai banyak pengalaman tentang latar penelitian (Moleong, 2010, h. 132). Dalam penelitian ini, subjek-subjek yang dijadikan informan adalah sebagai berikut:

1. M.T. Assyaukani yang menjabat sebagai *Brand Manager* Energen di PT Mayora Indah. Alasan dipilihnya beliau sebagai narasumber adalah karena beliau berperan sebagai perencana utama yang melakukan analisis situasi, menentukan tujuan kampanye, dan mengatur strategi yang digunakan sejak kunjungan ke daerah-daerah hingga acara puncak. Beliau juga menentukan khalayak yang menjadi sasaran kampanye ini dan pesan apa yang harus disampaikan dalam keseluruhan program. Selain itu sebagai pihak yang mengatur berjalannya evaluasi *outcome objectives*.
2. Aryo Bawono, *Project Manager* Citra Activation. Alasan dipilihnya beliau adalah karena beliau sebagai ketua pelaksana berjalannya *event* yang diadakan dalam kampanye Energen dari segi penyusunan konsep hingga implementasi *event*, yang merupakan bagian dari *tactics*. Citra Activation itu sendiri sebagai agensi *event* yang memiliki kedekatan dengan pemerintah karena berada di bawah naungan Media Indonesia, sejalan dengan keinginan Energen yang ingin mengajak pemerintah dalam gerakan ini.
3. Pamela Ratnasari, *Account Executive* Dwisapta. Alasan dipilihnya beliau adalah karena beliau berlaku sebagai supervisor dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi yang dilakukan Dwisapta dalam program Energen, pengaturan

konsep promosi *above the line*, pengaturan penyampaian *message* yang digunakan beserta mediumnya, serta dalam *tactics* berlaku sebagai fasilitator komunikasi dengan media melalui *press release* dan *press conference* pada saat *event*. Perannya di Dwisapta juga sebagai pelaksana evaluasi *output objectives* terkait seberapa banyak media yang meliput. Adapun proses pemilihan Dwisapta sebagai agensi yang bertanggung jawab dalam komunikasi program dikarenakan oleh presentasi *business pitch* yang membuktikan bahwa Dwisapta merupakan pilihan agensi yang paling tepat bagi Energen untuk menjalankan program ini.

4. Mexson Sitompul, *Public Relations Consultant* di PowerPR Wiloto. Alasan dipilihnya beliau sebagai narasumber ahli adalah untuk mencari tahu pandangan seorang PR professional mengenai program MPR yang diadakan Energen, dan bagaimana sebuah program MPR seharusnya berjalan. Selain itu juga untuk menggali pengertian *brand activation* dan bagaimana penerapannya secara praktis.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan melalui dua jenis data yaitu data primer (data utama) dan data sekunder (data tambahan).

1. Data Primer

Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui metode wawancara mendalam. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama (Bungin, 2012, h. 111). Kriyantono (2009, h. 100) mengungkapkan bahwa wawancara mendalam dilakukan dengan frekuensi tinggi (berulang-ulang) secara intensif.

Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relatif tidak mempunyai kontrol atas respons informan, artinya informan bebas memberikan jawaban. Karena itu periset mempunyai tugas berat agar informan bersedia memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan (Kriyantono, 2009, h. 100).

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan data selengkap-lengkapny mengenai strategi *marketing public relations* yang dijalankan Energen melalui *brand activation*.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang berlaku sebagai data pendukung dalam penelitian ini diperoleh melalui tinjauan pustaka dan dokumen yang terkait dengan penelitian. Tinjauan pustaka adalah bahan yang berupa buku, jurnal yang membahas tentang topik yang hendak diteliti. Tinjauan pustaka membantu

peneliti untuk melihat ide-ide, pendapat, dan kritik tentang topik tersebut yang sebelumnya dibangun dan dianalisis oleh para ilmuwan sebelumnya (Raco, 2010, h. 104). Dalam penelitian ini tinjauan pustaka dan dokumen berguna untuk melengkapi data primer yang telah diperoleh sekaligus sebagai data penguat penelitian.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kualitatif model Miles dan Huberman. Menurut Miles dan Huberman (1984, dalam Emzir, 2012, h. 129) ada tiga macam kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu

1. **Reduksi Data**

Merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian “data mentah” yang terjadi dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data terjadi secara kontinu melalui kehidupan suatu proyek yang diorientasikan secara kualitatif. Bahkan sebelum data secara aktual dikumpulkan, reduksi data diantisipasi terjadi sebagaimana diputuskan oleh peneliti yang mana kerangka konseptual, situs, pertanyaan, penelitian, pendekatan pengumpulan data untuk dipilih.

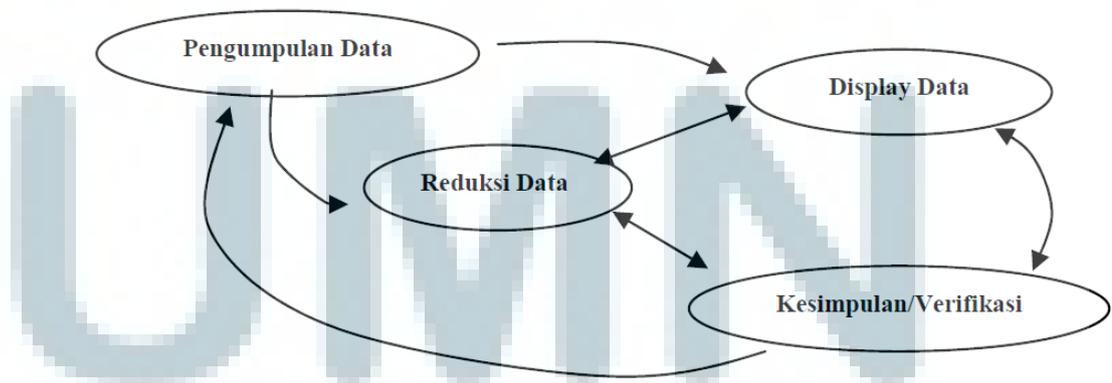
2. Model Data

Model didefinisikan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Melihat sebuah *display* membantu kita memahami apa yang terjadi dan melakukan sesuatu-analisis lanjutan atau tindakan-didasarkan pada pemahaman tersebut.

3. Penarikan / Verifikasi Kesimpulan

Langkah ketiga dari aktivitas analisis adalah penarikan dan verifikasi kesimpulan. Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah “makna” sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proposisi-proposisi.

Gambar 3.1 Komponen Analisis Data Model Interaktif



Sumber: Model Miles & Huberman dalam buku Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data (Emzir, 2012, h. 134)

Dalam penelitian ini, alasan digunakannya model Miles dan Huberman karena model ini secara umum digunakan untuk menganalisis data pada penelitian kualitatif yang dalam teknik analisis ini penting sekali untuk lebih memahami permasalahan yang terjadi, sehingga dengan demikian kita dapat mengembangkan sebuah metode yang nantinya bisa digunakan berulang kali.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Teknik untuk menguji keabsahan data dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data yang ada untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moleong, 2010, h. 330).

Uji keabsahan ini dilakukan karena dalam penelitian kualitatif, untuk menguji keabsahan informasi tidak dapat dilakukan dengan alat-alat uji statistik. Begitu pula materi kebenaran tidak diuji berdasarkan kebenaran alat sehingga substansi kebenaran tergantung pada kebenaran intersubjektif (Bungin, 2012, h. 261).

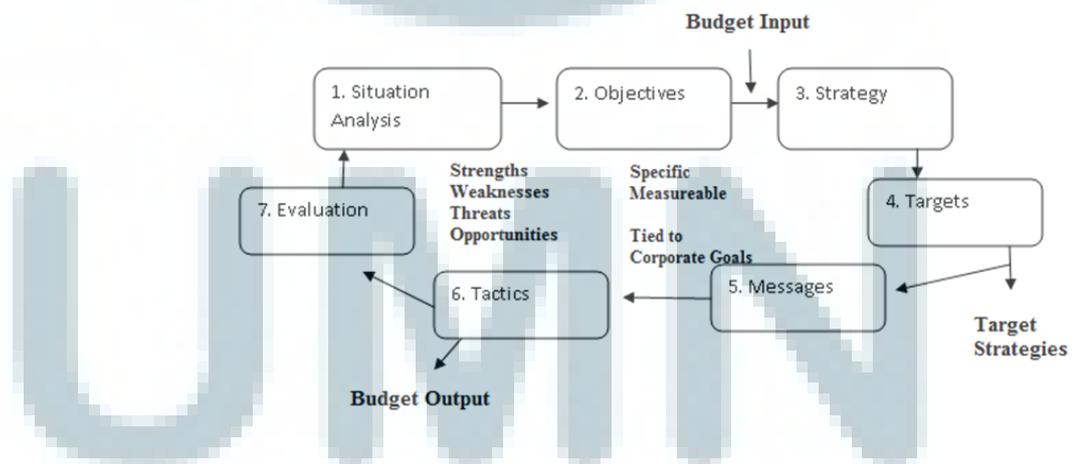
Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber yang berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian

kualitatif (Patton, 1987 dikutip dalam Moleong, 2010, h. 330). Alasan penggunaan triangulasi sumber ini adalah untuk mencari titik tengah melalui perbandingan informasi yang didapat dari berbagai sumber, yang dalam penelitian ini, sumber data utamanya adalah melalui wawancara dengan narasumber.

3.7 Fokus Penelitian

Hal yang menjadi fokus penelitian adalah strategi *marketing public relations* Energen dalam membangun *brand activation* melalui program Gerakan Nasional Sarapan Sehat Sebelum Jam 9 yang dianalisis dengan model *Whalen's 7-Step Strategic Planning Process*.

Gambar 3.2 *The Whalen's 7-Step Strategic Planning Process*



Sumber: *Marketeer's Guide to Public Relations* (Harris dan Whalen 2006, h. 57)

Dipilihnya model perencanaan dari *Whalen's 7-steps Strategic Planning Process* ini adalah karena model perencanaan ini merupakan model yang terfokus pada program MPR. Pada dasarnya perencanaan program pada penelitian ini dapat dijalankan dengan mengikuti model perencanaan ROPE Hendrix dan Hayes, *Strategic Planning Public Relations* dari Ronald D. Smith, maupun model perencanaan enam langkah dari Frank Jefkins. Namun, model perencanaan dari Thomas L. Harris dan Patricia T. Whalen ini lebih terfokus dan sistematis untuk menjalankan perencanaan program MPR, yang merupakan spesialisasi dari model perencanaan ini.

UMMN