



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 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan “keseluruhan cara berpikir” (Neuman, 2014, h. 96). Paradigma mencakup asumsi dasar, pertanyaan yang dianggap penting atau masalah yang harus dipecahkan, teknik penelitian yang digunakan, dan panduan bagaimana sebuah penelitian yang baik dilakukan. Secara sederhana, paradigma berfungsi sebagai panduan bagi para peneliti untuk melakukan eksplorasi ilmu pengetahuan dan penelitian.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma penelitian *interpretive social science*. Neuman (2014, h.109-110) menjelaskan bahwa paradigma *interpretive social science* merupakan oposisi dari paradigma positivisme. Paradigma *interpretive social science* menjadi landasan bagi teknik penelitian sosial dengan konteks yang sensitif, yang bergantung pada bagaimana cara orang lain memandang dunia, dan lebih mengutamakan pencapaian pemahaman dibandingkan menguji teori. Bagi penganut paradigma ini, tujuan yang ingin dicapai dari penelitian sosial yang dilakukan adalah memahami kehidupan sosial dan menemukan bagaimana seseorang mengkonstruksikan makna dalam keadaan alami.

Secara ontologi aliran ini memandang bahwa realitas sosial dibentuk oleh interaksi manusia. Realitas sosial merupakan apa yang dipersepsikan oleh manusia dan muncul dari pengalaman manusia serta bagaimana manusia

memberikan makna terhadapnya. Realitas sosial dianggap sebagai hal yang cair dan manusia mengkonstruksikan hal tersebut melalui interaksi dengan orang lain dalam sebuah proses komunikasi dan negosiasi yang terus menerus berlangsung.

Selanjutnya dijelaskan secara epistemologis hubungan antara peneliti dengan objek atau realitas yang diteliti tidak dapat dipisahkan. Aliran ini menyatakan bahwa peneliti dan objek yang diteliti bersama-sama memeriksa kehidupan pribadi masing-masing agar menjadi akrab dan dapat menciptakan pemahaman bersama. Oleh karena itu, hubungan antara peneliti dengan objek harus bersifat interaktif, dengan catatan bahwa peneliti harus bersifat senetral mungkin, sehingga tingkat subjektivitas dapat dikurangi secara minimal. Demikian pula halnya secara aksiologis, paradigma *interpretive social science* mempercayai bahwa sistem nilai turut memegang peranan dalam suatu penelitian. Penganut paradigma ini meyakini bahwa peneliti harus mengadopsi prinsip relativisme dan menganggap bahwa tidak ada seperangkat nilai yang lebih baik dibandingkan seperangkat nilai yang lain. Semua nilai dianggap valid bagi mereka yang memegangnya.

Peneliti mencoba mengkaji penelitian yang berjudul Analisis Strategi *Marketing Public Relations* Singapore Airlines dalam Kampanye Produk *Premium Economy Class* dengan paradigma *interpretive social science* dengan tujuan untuk memahami secara mendalam tentang bagaimana strategi *Marketing Public Relations* Singapore Airlines dalam melakukan kampanye produknya.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian peneliti adalah kualitatif. Menurut Neuman (2014, h. 167-169) data penelitian kualitatif berupa kata-kata, kalimat, foto, dan simbol. Penelitian kualitatif mengacu pada paradigma *interpretive* dan *critical social science*. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berbicara mengenai “kasus dan konteks” serta makna budaya yang terdapat di dalamnya. Penekanannya terdapat pada kegiatan melakukan pemeriksaan secara rinci terhadap sebuah kasus yang timbul dari perjalanan natural kehidupan sosial. Dalam banyak penelitian kualitatif, peneliti seringkali mengangkat hipotesis dan mendeskripsikan rincian mekanisme atau proses kausal terhadap seperangkat kasus yang lebih sempit. Dalam penelitian kualitatif, logika dapat muncul dari praktik yang tengah berlangsung dan penelitian bersifat nonlinear.

Karakteristik penelitian kualitatif menurut Neuman (2014, h. 176):

1. Peneliti menangkap dan menemukan makna ketika mereka sudah tenggelam dalam data.
2. Konsep dapat berupa tema, motif, generalisasi dan taksonomi.
3. Pengukuran bersifat sementara dan seringkali spesifik bagi individu atau peneliti tertentu.
4. Data berupa kata-kata dan gambar yang berasal dari dokumen, observasi, dan transkrip.
5. Teori dapat bersifat kausal atau nonkausal dan seringkali bersifat induktif.
6. Prosedur penelitian bersifat khusus dan sangat jarang direplikasi.

7. Analisis dilakukan dengan cara menarik tema atau generalisasi dari bukti yang dikumpulkan kemudian mengorganisasi data tersebut untuk mendapatkan gambaran yang koheren dan konsisten.

3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian peneliti adalah studi kasus. Neuman (2014, h. 42) menjelaskan studi kasus sebagai “uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu pergerakan, suatu program, atau suatu unit geografi”. Peneliti studi kasus berusaha menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti dengan menggunakan berbagai metode seperti wawancara, pengamatan, penelaahan dokumen, survei, dan data apa pun untuk menguraikan suatu kasus secara terinci agar mendapatkan pandangan yang lengkap dan mendalam mengenai subjek yang diteliti.

Metode studi kasus berupaya menginvestigasi sebuah kasus dan menelaah kasus tersebut dari berbagai sudut pandang dan konteks. Sederhananya, metode studi kasus berupaya memeriksa secara rinci sebuah kasus yang terjadi serta situasi yang terjadi di sekitar kasus tersebut. Studi kasus memungkinkan peneliti untuk menghubungkan aksi-aksi yang dilakukan oleh seorang individu dengan struktur dan proses dalam lingkup yang lebih besar. Logika dari metode studi kasus adalah mendemonstrasikan sebuah argumen kausal tentang bagaimana bentuk kekuatan sosial secara umum dan menarik kesimpulan terhadap situasi tertentu.

Jenis studi kasus yang peneliti ambil adalah studi kasus intrinsik. Menurut Stake (2005), studi kasus intrinsik (*intrinsic case study*) digunakan apabila kasus

yang dipelajari secara mendalam mengandung hal-hal yang menarik untuk dipelajari berasal dari kasus itu sendiri, atau dapat dikatakan mengandung minat intrinsik (*intrinsic interest*). Peneliti ingin memahami secara mendalam bagaimana strategi *Marketing Public Relations* Singapore Airlines dalam kampanye produk *Premium Economy Class*.

3.4 Informan

Teknik pengambilan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Neuman (2014, h. 273) mengemukakan bahwa *purposive* atau *judgmental sampling* merupakan “teknik pengambilan sampel non acak di mana peneliti menggunakan berbagai macam metode untuk menemukan sampel yang mewakili populasi yang sangat spesifik dan sulit dicapai”. *Purposive sampling* cocok digunakan untuk mengidentifikasi tipe kasus tertentu untuk diinvestigasi secara mendalam agar mendapatkan pemahaman yang lebih baik.

Informan yang peneliti ambil untuk penelitian ini adalah Glory Henriette, *Public Relations Manager* Singapore Airlines; Chandra Novita, *Account Supervisor* Weber Shandwick Indonesia yang menangani Singapore Airlines; dan Thomas Franky, *Managing Director* Fortune PR sebagai narasumber ahli di bidang *Marketing Public Relations*. Ketiga informan dipilih dengan pertimbangan bahwa ketiganya menguasai dan memahami strategi *Marketing Public Relations* Singapore Airlines dalam pelaksanaan kampanye produk *Premium Economy Class*.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Guna memperoleh bahan, informasi, dan fakta yang dapat dipercaya, peneliti akan menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari narasumber sebagai objek penelitian. Data primer diperoleh dari penelitian melalui kejadian aktual yang terjadi di lokasi penelitian dan untuk memperoleh data tersebut peneliti melakukan wawancara. Menurut Neuman (2014, h. 461), wawancara merupakan pertemuan dua orang atau lebih yang mencakup kegiatan tanya jawab, mendengarkan, mengekspresikan minat, dan mencatat apa yang dikatakan. Dalam proses wawancara, narasumber merupakan pihak yang aktif di mana pemikiran, perasaan, dan kooperasinya merupakan hal yang penting dan dapat mengungkapkan makna yang subjektif.

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan wawancara semiterstruktur. Jenis wawancara ini dilakukan dengan bantuan panduan wawancara yang sudah dibuat kemudian pertanyaan akan dikembangkan berdasarkan jawaban yang dikemukakan narasumber. Wawancara dilakukan melalui pertemuan tatap muka, *email*, telepon, *online chatting*, dan cara lainnya yang dapat menunjang wawancara. Wawancara akan dilakukan dengan Glory Henriette, *Public Relations Manager* Singapore Airlines; Chandra Novita, *Account Supervisor* Weber Shandwick Indonesia yang menangani Singapore Airlines; dan Thomas Franky, *Managing Director* Fortune PR sebagai narasumber ahli di bidang *Marketing Public Relations*.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder didapat dari dokumen. Neuman (2014, h. 52) mengemukakan bahwa dokumen dapat berbentuk buku, koran, foto, peta, hasil penelitian, observasi, interview, serta data statistik terdahulu, dan sebagainya. Dalam hal ini, peneliti akan menggunakan dokumen berupa buku-buku, jurnal, skripsi, karya ilmiah, *website*, artikel surat kabar dan sumber-sumber lain yang berhubungan dengan penelitian. Dokumen digunakan untuk mendapatkan teori-teori dan data pendukung yang berkaitan dengan penelitian.

3.6 Keabsahan Data

Untuk mengukur tingkat keabsahan dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode triangulasi. Menurut Neuman (2014, h. 166), “triangulasi merupakan sebuah pemahaman bahwa memandang sesuatu dari beberapa sudut pandang yang berbeda dapat meningkatkan ketepatan data”.

Terdapat beberapa metode triangulasi, yaitu

1. Triangulasi Cara Pengukuran

Triangulasi cara pengukuran untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui berbagai macam cara pengukuran untuk menguji satu fenomena yang sama. Misalnya pertama-tama peneliti menggunakan teknik kuisioner kemudian menggunakan teknik wawancara atau observasi untuk menguji satu fenomena yang sama.

2. Triangulasi Peneliti

Triangulasi peneliti untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara menggunakan beberapa peneliti untuk mengecek data. Ketika menggunakan seorang peneliti saja, ada keterbatasan yang dimiliki peneliti tersebut seperti

kurangnya kemampuan di area penelitian, bias terhadap isu tertentu, kurang teliti, dan sebagainya. Dengan menggunakan beberapa peneliti, para peneliti dapat saling melengkapi keterbatasan peneliti lain sehingga hasil penelitian semakin akurat.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dalam pengujian kredibilitas dapat dilakukan dengan cara melakukan beberapa perspektif teoretis untuk merencanakan sebuah penelitian atau dalam menginterpretasikan sebuah data. Setiap perspektif teoretis memiliki asumsi dan konsep, sehingga peneliti dapat mengembangkan pola pikirnya lebih luas dan hasil penelitian menjadi semakin kredibel.

4. Triangulasi Metode

Triangulasi metode menggabungkan pendekatan dan data kualitatif dan kuantitatif. Penelitian yang mengkombinasikan kedua pendekatan ini cenderung lebih kaya dan lebih komprehensif.

Adapun triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi cara pengukuran. Peneliti akan menggunakan berbagai sumber untuk menguji validitas hasil penelitian yang dilakukan, baik melalui kegiatan wawancara maupun studi pustaka.

3.7 Teknis Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis selama di lapangan model Miles dan Huberman. Miles dan Huberman (1984, dikutip dalam Sugiyono, 2013, h. 430) mengemukakan bahwa aktivitas dalam menganalisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara

terus menerus hingga tuntas dan data menjadi jenuh. Adapun langkah-langkah analisis yang dilakukan adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013, h. 431-438):

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan pola serta membuang hal-hal yang tidak perlu. Data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, serta mencarinya bila diperlukan.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data yang paling sering digunakan adalah dengan teks yang bersifat naratif. Meski demikian, penyajian data juga dapat dilakukan dalam bentuk bagan, grafik, matrik, *network* (jejaring kerja), hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, peneliti akan lebih mudah memahami apa yang terjadi dan merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan, sehingga mungkin kesimpulan tersebut dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak. Kesimpulan yang diharapkan dalam penelitian kualitatif adalah temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada. Temuan dapat berupa deksripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya masih tidak jelas sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, hipotesis atau teori.