



### **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 Sifat dan Jenis Penelitian

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, yaitu dengan menggali informasi melalui wawancara mendalam dengan pihak Michelin mengenai *Campaign Public Relations* yang dilakukan dengan tema *Be A Responsible Driver*. Metode penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati, Bogdan & Taylor (1993 dalam Prastowo, 2011, h.22). Menurut Kirk & Miller (1986 dalam Prastowo, 2011 h. 22), penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada manusia, baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

Penelitian kualitatif memiliki karakteristik: (a) ilmu-ilmu lunak; (b) focus penelitian; (c) holistik dan menyeluruh; (d) subjektif dan perspektif emik; (e) penalaran: dialiktik-induktif; (f) basis pengetahuan: makna dan temuan; (g) mengembangkan/membangun teori; (h) sumbangsih tafsiran; (i) komunikasi dan observasi; (j) elemen dasar analisis: kata-kata; (k) interpretasi individu; (l) keunikan (Danim, 2002 dalam buku Ardianto, Dr. Elvinaro, 2010, h. 59).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma post-positivisme. Paradigma adalah suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata (Mulyana, 2013, h. 9). Guba & Lincoln (1994 dalam Sunarto, dkk. 2011, h. 4), mendefinisikan paradigma sebagai serangkaian keyakinan-keyakinan dasar atau metafisika yang berhubungan dengan prinsip-prinsip utama atau prinsip-prinsip pokok. Paradigma yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme.

Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif, di mana peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana *public relations* PT Michelin melakukan strategi kampanye ini dan seberapa efektif strategi kampanye *public relations* ini dilakukan untuk meningkatkan *brand awareness* PT Michelin Indonesia.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode studi kasus. Menurut (Ardianto, Dr. Elvinaro, 2010, h. 64), Studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif. Studi kasus adalah salah satu metode penelitian yang unggul untuk membawa kita untuk memahami masalah yang kompleks dan dapat menambah kekuatan untuk apa yang sudah diketahui melalui penelitian sebelumnya (Dooley, 2005, h. 335). Menurut Yin (2013, h. 1) studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* atau *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus

penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata. Penelitian studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu studi kasus eksplanatoris, deskriptif, dan jurnalistik.

Bukti atau data untuk keperluan studi kasus bisa berasal dari enam sumber, yaitu dokumen, rekaman arsip, wawancara, pengamatan langsung, observasi partisipan, dan perangkat-perangkat fisik. Selain sumber-sumber individual, ada beberapa prinsip yang perlu diperhatikan dalam pengumpulan data studi kasus, yaitu (Yin, 2013, h. 101):

- a. Berbagai sumber bukti, yaitu bukti dari dua atau lebih sumber, tetapi menyatu dengan serangkaian fakta atau temuan yang sama.
- b. Data dasar, yaitu kumpulan formal bukti yang berlainan dari laporan akhir studi kasus yang bersangkutan.
- c. Serangkaian bukti, yaitu keterkaitan yang eksplisit antara pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, data yang terkumpul, dan konklusi-konklusi yang ditarik.

### **3.3 Informan**

Menurut Moleong (2006, h. 352), key informan adalah mereka yang tidak hanya bisa memberikan keterangan tentang sesuatu kepada peneliti tetapi juga dapat memberikan sumber bukti yang mendukung.

Dalam penelitian ini, narasumber yang dituju adalah orang-orang yang berkompeten dan memiliki kaitan dengan peneliti yang dibuat, diantaranya:

a) Andri Danilaksana (Operational Management Marketing PT Michelin Indonesia)

Narasumber pertama dipilih karena informan ingin mendapatkan informasi mengenai jalannya proses kampanye hingga dapat meningkatkan *brand awareness*.

b) Mohammad Syaban (Senior Account Executive PT Prisma Purelindo)

Narasumber kedua dipilih karena informan ingin mendapatkan sumber yang berbeda dengan narasumber yang pertama dan narasumber yang kedua ini adalah bagian dari pelaksana acara kampanye PT Michelin salah satu perannya adalah sebagai *media relations*.

c) Alfisar SMA Labschool Rawamangun (Salah satu peserta kampanye yang aktif).

Narasumber ketiga dipilih karena peserta kampanye yang aktif ini sebagai user, di mana peserta yang aktif ini merupakan target dalam kampanye ini.

U M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## **3.4 Teknik Pengumpulan Data**

### **3.4.1 Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan di catat pertama kalinya. Bila dihubungkan dengan penelitian yang sedang diteliti, peneliti memperoleh data melalui wawancara. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (interviewee) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong, 2010, h. 186).

Lincoln dan Guba (1985 dikutip dalam Moleong, 2010, h. 186) menegaskan bahwa maksud mengadakan wawancara antara lain: mengkonstruksi mengenai orang, kejadian, organisasi, perasaan, motivasi, tuntutan, kepedulian dan lain-lain kebulatan, merekonstruksi kebulatan-kebulatan demikian sebagai yang dialami masa lalu, 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.

### **3.4.2 Data Sekunder**

Data sekunder adalah data tambahan untuk melengkapi data primer. Peneliti melakukan data tambahan menggunakan studi dokumen atau

interpretasi data. Menurut Sulistyو & Basuki (2010, h. 178), dokumen dapat diperoleh dari dokumen primer, sekunder, dan tersier. Dokumen primer adalah dokumen yang berisi hasil penelitian, penjelasan, atau penerapan sebuah teori.

Dokumen sekunder adalah dokumen yang berisi informasi mengenai dokumen primer, antara lain majalah indeks, katalog. Dokumen tersier adalah dokumen yang berisi informasi mengenai dokumen sekunder, misalnya kamus biografi. Peneliti menggunakan dokumen primer, di mana peneliti menganalisis dari penerapan sebuah teori public relations dan digabungkan pada hasil penelitian yang akan peneliti amati.

### **3.5 Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2009, h. 245), analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data menurut Miles & Huberman (dikutip dalam Sugiyono, 2009, h. 247-253). Model ini memiliki tiga jenis kegiatan dalam melakukan analisis, diantaranya:

a. Reduksi

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Dalam penelitian kualitatif, proses mereduksi data dipandu oleh tujuan utama yaitu ada temuan.

b. Model data (*data display*)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antarkategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Dengan menyajikan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

c. Penarikan/verifikasi kesimpulan

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah apabila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah



dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan.

Fokus penelitian yang peneliti amati adalah mengenai proses perencanaan strategi kampanye *Be A Responsible Driver* dalam meningkatkan *brand awareness* melalui Sembilan tahapan strategi perencanaan *public relations*.

### **3.6 Teknik Keabsahan Data**

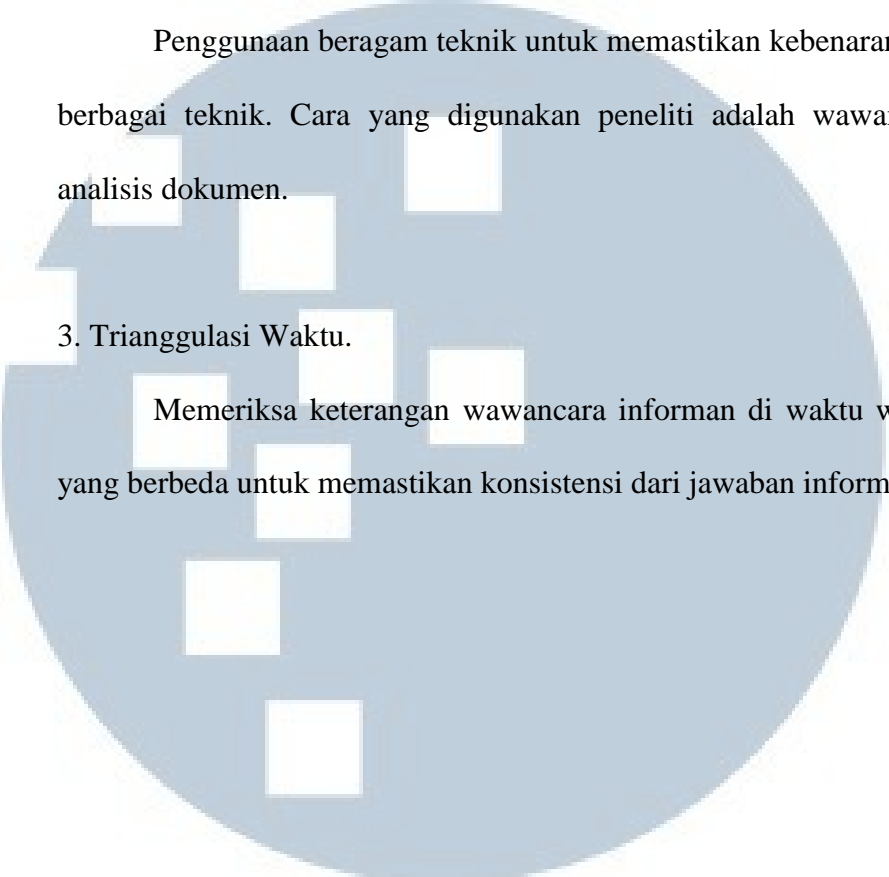
Pemeriksaan keabsahan data sangat diperlukan dalam penelitian kualitatif demi kesahihan dan keandalan serta tingkat kepercayaan data yang telah terkumpul. Teknik keabsahan data adalah dengan menggunakan teknik triangulasi. Hal ini merupakan salah satu pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu, (Moleong, 2006, h. 330).

Berdasarkan Sugiyono (2008, h. 83), triangulasi dilakukan melalui pengecekan data menggunakan beragam sumber, teknik, dan waktu seperti yang dijabarkan sebagai berikut:

#### **1. Triangulasi Sumber.**

Penggunaan beberapa sumber untuk memastikan kebenaran dari suatu data dan untuk memastikan kepercayaan data dan tidak terpaku pada satu data.

#### **2. Triangulasi Teknik.**



Penggunaan beragam teknik untuk memastikan kebenaran data dari berbagai teknik. Cara yang digunakan peneliti adalah wawancara dan analisis dokumen.

### 3. Triangulasi Waktu.

Memeriksa keterangan wawancara informan di waktu wawancara yang berbeda untuk memastikan konsistensi dari jawaban informan.

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA