



### **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**

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang menurut Salam (2011, h.26) merupakan suatu tradisi khusus secara fundamental yang bergantung pada pengamatan orang dan interaksinya yang memiliki batasan tertentu dalam bahasa dan menggunakan istilah mereka sendiri. Penelitian kualitatif dibuat berdasarkan perspektif saja sehingga tidak dapat dikatakan benar atau salah, penelitian ini bersifat alami sehingga hasilnya akan menggambarkan makna dari suatu fenomena atau peristiwa.

Bogdan & Taylor (dalam Moleong,2010, h.4) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur suatu penelitian yang menghasilkan data deskriptif baik berupa lisan atau kata-kata dari orang ataupun perilaku yang diamati. Penelitian yang bersifat deskriptif menggambarkan karakteristik individu, kelompok atau organisasi tertentu sebagai objek suatu penelitian (Artherton & Klemmack (dalam Ruslan,2013, h.12). Penelitian kualitatif dapat diambil dalam bentuk kata-kata maupun gambar, wawancara, catatan lapangan, foto, maupun dokumen. Dengan demikian peneliti akan mengambil data sejauh mungkin yang berdasarkan fakta.

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian yang berupa studi kasus. Menurut Mulyana (2013, h.201) studi kasus merupakan suatu penjelasan secara komprehensif mengenai berbagai aspek baik individu, kelompok, organisasi, program ataupun situasi sosial.

Dalam studi kasus ini, peneliti menelaah sebanyak mungkin data mengenai penelitian yang akan diteliti seperti dalam bentuk wawancara, survei, pengamatan dan data apapun dalam menguraikan kasus secara terperinci. Studi kasus tersebut diambil hanya terbatas pada suatu kasus tertentu yang akan diteliti pada objek atau perusahaan tertentu, (Ruslan, 2013,h.33)

Inti yang akan dipaparkan dalam penelitian ini adalah mengenai Strategi *Online Marketing Public Relations* Sribu Digital Kreatif dalam membangun *Brand Awareness* Sribu.com dengan menggunakan metode studi kasus sebagai bentuk pengumpulan data. Seperti juga yang diungkapkan oleh Frey dalam Mulyana (2013, h.202) bahwa dalam studi kasus menerapkan sebuah prinsip umum terhadap situasi atau contoh yang umum yang didasarkan oleh isu-isu penting, yang dibuat dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan. Sehingga dengan terjawabnya pertanyaan tersebut, maka analisis studi kasus tersebut akan terlihat banyaknya pandangan, pengetahuan dan kreativitas dalam mengidentifikasi dan membahas isu relevan dalam kasus yang dianalisis.

### 3.3 Key Informan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan narasumber untuk memperoleh data melalui *key* informan dan informan sehingga data yang diperoleh akan sesuai dengan objek yang akan diteliti secara lebih mendalam. *Key* Informan menurut Endraswara (2006, h.19) adalah seseorang yang memiliki informasi yang lengkap terhadap yang diteliti. Oleh karena itu sesuai penelitian diatas maka yang akan menjadi informan kunci adalah sebagai berikut:

1. Ryan Gondokusumo selaku CEO (*Chief Executive Officer*) PT. Sribu Digital Kreatif. Peneliti memilih informan ini karena dapat memberikan informasi yang lebih mendalam secara keseluruhan. Informasi yang dibutuhkan oleh peneliti mengenai strategi *Online* MPR dalam membangun *Brand Awareness*, sehingga peneliti dapat mengambil kesimpulan apakah hasil penelitian sudah sesuai dengan teori yang telah ditulis.
2. Wenes Kusnadi selaku CTO (*Chief Technology Officer*) dari Perusahaan Sribu Digital Kreatif. Peneliti memilih informan ini karena dinilai mampu memberikan informasi mengenai kegiatan yang berhubungan dengan teknologi dunia *online*, baik dalam penelitian dan pengembangan maupun merencanakan produk baru.

Moleong (2013, h.132), mengatakan bahwa informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan latar penelitian. Sehingga peneliti akan memperoleh sumber data dari informan sesuai data yang diperlukan. Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2010, h.132) mengatakan bahwa

manfaat dari informan salah satunya agar mendapat banyak informasi tetapi dalam waktu yang relatif singkat karena dengan adanya informan dapat bertukar pikiran, atau membandingkan suatu kejadian yang telah ditemukan dari subjek lainnya. Berikut ini adalah subjek yang akan dijadikan informan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Aditya Bimo Pamungkas selaku *Project Management* PT. Sribu Digital Kreatif. Peneliti memilih informan ini karena dinilai mampu memberikan informasi terkait dengan permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan dengan klien karena informan ini menjadi jembatan antara perusahaan dengan klien, serta sebagai pengambil keputusan terhadap kegiatan atau proyek apapun.
2. Alfian Ryanto selaku *Project Manager* PT. Sribu Digital Kreatif. Peneliti memilih informan ini dikarenakan memiliki andil secara langsung mengenai seluk beluk *tools* yang dipakai di *online* serta mampu memberikan semua informasi yang berhubungan dengan klien yang bertujuan dalam membangun *Brand Awareness*.
3. Suwandi Chow selaku Expert di bidang Online Marketing. Peneliti memilih informan ini karena mengetahui segala bentuk pemasaran secara *online* serta mampu memberikan semua informasi yang berhubungan dengan keberhasilan *public relations* dalam melakukan pemasaran secara *online*.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam teknik pengumpulan data, peneliti melakukan dengan menggunakan pengamatan, wawancara mendalam, analisis dokumen kepada perusahaan yang bersangkutan.

#### 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang dapat diperoleh secara langsung atau sumber data pertama dari subjek yang akan di teliti baik individu, kelompok atau organisasi, (Krisyantono, 2008:42). Data primer pada penelitian ini dilakukan melalui *interview* (wawancara mendalam).

Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data yang lengkap dengan menggunakan wawancara mendalam pada data primernya. Dengan tujuan untuk memperoleh bentuk informasi tertentu dari setiap responden yang susunan katanya disesuaikan menurut ciri setiap responden (Denzin dalam Mulyana, 2013, h. 181). Oleh karena itu pada wawancara mendalam memungkinkan untuk pihak yang diwawancarai pada saat menjawab pertanyaan sesuai dengan definisi dirinya sendiri dan lingkungannya mengenai fenomena yang diteliti.

Wawancara ini dilakukan melalui percakapan secara langsung baik kepada *key informan* maupun informan sehingga dalam memperoleh data menjadi lebih jelas, lengkap serta mendalam.

## 2. Data Sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dalam bentuk yang telah jadi melalui informasi ataupun publikasi dari organisasi atau perusahaan seperti dalam bentuk jurnal, maupun dokumen lainnya yang telah ada di perusahaan atau organisasi. (Ruslan,2013, h.30)

### (1) Analisis Dokumen

Pada penelitian ini, peneliti juga menggunakan analisis dokumen berupa E-book yang pernah dibuat maupun segala hal mengenai perusahaan selain melakukan wawancara mendalam yang terkait dengan objek yang akan diteliti, sebagai data sekundernya seperti mencari data yang berupa buku, surat kabar, majalah, prasasti, notulen rapat, catatan dan sebagainya (Arikunto, 2002, h.206). Dokumen yang akan peneliti pakai yaitu buku-buku yang berkaitan dengan penelitian.

### (2) Data Perusahaan

Peneliti juga menggunakan data perusahaan berupa tingkat *engagement* yang telah diperoleh, *company profile* perusahaan maupun dan *tools* yang dipakai dalam bidang *online* sebagai data untuk memperdalam hasil penelitian

### (3) Website

Peneliti juga menggunakan *website* perusahaan untuk mencari informasi yang diperlukan terkait objek yang mau diteliti serta media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan Blog.

## 3.5 Keabsahan Data

Dalam melakukan penelitian, perlu adanya kebenaran yang objektif. Oleh karena itu, suatu penelitian dianggap valid apabila keabsahan data dapat dibuktikan kebenarannya dan dipertanggungjawabkan, sehingga dengan adanya keabsahan data maka kredibilitas suatu penelitian dapat tercapai. Berdasarkan topik penelitian ini untuk mencapai keabsahan data, menggunakan triangulasi yang menurut Moleong (2007, h.330) merupakan pemeriksaan data diluar data tersebut untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut.

Untuk mengetahui validitas dari suatu data, maka dilakukan beberapa cara sebagai berikut (Patton,1987, h.331)

- 1) Membandingkan keadaan dari berbagai perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan masyarakat dari berbagai kelas.
- 2) Membandingkan data hasil wawancara dengan hasil pengamatan
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan setiap saat
- 4) Membandingkan yang dikatakan seseorang secara umum dan yang dikatakan secara pribadi.
- 5) Membandingkan hasil wawancara dengan isi dokumen yang berkaitan.



Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi dengan cara membandingkan antara pengamatan, hasil wawancara mendalam dengan analisis dokumen.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Pada teknik analisis data kualitatif ini, menurut Moleong (2010, h.248) merupakan upaya yang dilakukan dengan jalan bekerja dengan data, mengorganisasikan data, memilah menjadi satuan yang dapat dikelola, menyintesis, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, serta memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang dilakukan lebih mengarah pada teknik yang dirumuskan oleh Janice McDrury dalam Moleong (2010, h.284) yang berupa tahapan analisis data kualitatif, seperti membaca atau mempelajari data, menandai kata kunci yang ada dalam data, mempelajari kata kunci tersebut dan berusaha menemukan tema dari data, menuliskan model yang telah ditemukan, koding yang telah dilakukan.

Peneliti menggunakan analisis data kualitatif. Data yang peneliti dapat dari hasil wawancara mendalam tersebut akan dianalisis dan kemudian dilakukan koding untuk membandingkan persamaan dan perbedaan yang ada dalam data tersebut. Setelah dipisah ke dalam kategori, data tersebut akan digabungkan secara rapi dan dikaitkan dengan teori yang ada.

### 3.7 Fokus Penelitian

Dalam pembahasan ini akan difokuskan dengan menggunakan 7 step MPR dari Harris & Whalen, yaitu:

1. Analisis Situasi
2. Tujuan
3. Strategi
4. Target
5. Pesan
6. Taktik
7. Evaluasi

Ketujuh step perencanaan MPR ini peneliti ambil agar dapat mengukur sejauh mana keberhasilan suatu perusahaan dalam merencanakan program PR terutama di dunia *online* untuk membangun *brand awareness*.

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA