



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 PARADIGMA PENELITIAN

Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2010, p. 49), Paradigma adalah sebuah kumpulan konsep, preposisi dan proposisi logis yang tentunya diakui oleh orang banyak sehingga dapat mengarahkan cara berpikir dalam sebuah penelitian.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme. Secara etimologis, paradigma berasal dari bahasa Yunani, *para* (di samping atau berdampingan) dan *diegma* (contoh). Menurut Phillips & Burbules (dalam Creswell, 2013, p. 69) post-positivisme melambangkan pemikiran setelah positivisme, yang menantang pemahaman tradisional mengenai kebenaran yang sesungguhnya mengenai pengetahuan. Menurut Creswell (2013, p. 68), secara ontologis aliran post-positivisme bersifat *critical realism* yang berpendapat bahwa realitas pada nyatanya memang benar ada, namun sulit bagi peneliti untuk melihatnya secara baik dan benar.

3.2 JENIS DAN SIFAT PENELITIAN

Berdasarkan topik yang diambil oleh peneliti yaitu mengenai analisis strategi *marketing public relations* yang dilakukan oleh Jenius, maka peneliti memakai jenis penelitian kualitatif. Creswell (2008, dikutip dalam Raco, 2010) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam untuk memahami sebuah permasalahan dengan melakukan wawancara dengan narasumber. Penelitian ini mengutamakan kedalaman data yang diperoleh dari kasus yang diamati (Kriyantono, 2009, p. 56).

Menurut Moleong, (2010, p.4-6), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang hasilnya berupa penjelasan melalui analisis yang dilakukan, tanpa adanya angka atau statistik secara kuantifikasi. Maka penelitian kualitatif tidak memakai angka sebagai data, namun berupa kalimat yang tertulis. Kirk dan Miller (dikutip dalam Salam, 2011), mengatakan jika penelitian kualitatif adalah sebuah ilmu sosial yang secara mendasar ditujukan untuk mengamati orang dalam batas wilayah mereka serta interaksi yang dilakukan.

Menurut Ghony dan Almanshur (2012, p.25), menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang dimaksud untuk memahami fenomena apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya, berupa kata-kata dan bahasa pada suatu konteks secara khusus yang menggunakan berbagai metode alamiah.

Kemudian penelitian ini bersifat deskriptif, penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, fakta, atau realita (Raco, 2010). Menurut Bungin (2007, p. 68), hasil dari sifat penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk menjelaskan, kemudian meringkas, dan menggambarkan suatu kondisi atau fenomena dari realita sosial yang berada di masyarakat, yang digunakan sebagai objek penelitian, dan berusaha untuk menyimpulkan dan menjelaskan realitas tersebut.

Sifat deskriptif pada penelitian kualitatif mengacu pada penyajian data yang menggunakan kata kerja aksi atau kata keterangan terperinci sehingga membantu pembaca untuk merasakan dan membayangkan keadaan yang sebenarnya atau menciptakan rasa ‘berada di sini’ (Raco, 2010, p. 60). Salah satu ciri penelitian deskriptif menurut Moleong (2010, p. 11), adalah data-data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Laporan penelitian berupa penjelasan-penjelasan serta kutipan dari hasil data yang ditemukan dengan maksud untuk memberikan gambaran dalam penyajian laporan.

Pada penelitian ini peneliti berupaya menganalisis serta mendeskripsikan secara mendalam tentang strategi *Marketing Public Relations* yang digunakan oleh Jenius dalam meningkatkan *Brand Awareness*.

3.3 METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui penerapan MPR dalam upaya meningkatkan *brand awareness* dari produk Jenius, maka peneliti memakai metode studi kasus. Menurut

Afifuddin dan Saebani (2009, p.87), studi kasus merupakan penelitian yang menggali entitas tunggal atau fenomena dari suatu masa tertentu dan aktivitas (bisa berupa program, kejadian, proses, institusi, atau kelompok sosial), serta mengumpulkan detail informasi dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama kasus itu terjadi. Stake (dikutip dalam Creswell, 2010) menjelaskan bahwa studi kasus merupakan strategi dalam penelitian yang dalam praktiknya peneliti secara baik dapat menyelidiki sebuah kejadian, kegiatan atau aktivitas, dari sekelompok individu dengan mengumpulkan data serta informasi selengkap mungkin dalam kurun waktu tertentu. Dengan metode tersebut peneliti diharapkan dapat memahami suatu fenomena dalam batas waktu tertentu dari studi yang dilakukan.

3.4 KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Dalam melakukan penelitian kualitatif, narasumber atau informan merupakan subjek penelitian. Menurut Raco (2010), narasumber dalam penelitian ini dipilih berdasarkan kemampuan dalam menguasai topik penelitian, terlibat dalam segala proses secara langsung, memiliki informasi dan data yang lengkap dan akurat sehingga mampu membantu penelitian ini. Informan ditentukan oleh peneliti atas landasan kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2009, p. 159). Maka peneliti akan memilih informan yang tidak hanya memiliki informasi dan data yang akurat terkait penelitian namun juga berkontribusi secara langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, hingga melakukan evaluasi terkait strategi Marketing

Public Relations yang digunakan oleh pihak Jenius dalam upaya meningkatkan brand awareness dari produk tersebut.

Berikut *key informan* yang dipilih untuk penelitian ini,

a. Theo Reza - Digital Banking Public Relations Lead Jenius

Theo merupakan ketua dari Divisi *Strategic Communication and Public Relations* Jenius, ia bertanggung jawab untuk mengatur segala proses komunikasi yang Jenius lakukan dengan publik. Theo sendiri baru bergabung dengan Jenius belum genap satu tahun, sebelumnya ia bekerja di salah satu agency PR di Jakarta

b. Arini Soraya - Squad Event And Acquisition Jenius

Arini merupakan karyawan yang tergabung dalam divisi event and acquisition Jenius, di mana ia bertanggung jawab dalam proses pembuatan event Jenius dalam upaya mencari nasabah baru Jenius. Arini sendiri bergabung dengan Jenius saat namanya masih Generation One.

c. Ivan Loviano - Squad Jenius Co.Create

Ivan merupakan ketua dari divisi Jenius co.create, ia bertanggung jawab dalam merencanakan kegiatan yang dilakukan oleh Jenius co.create, baik secara offline berupa seminar atau workshop, kemudian secara online melalui forum yang terdapat di website.

3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan data primer dan sekunder guna memperkaya data yang didapat oleh peneliti agar dapat membantu peneliti. Data primer sendiri didapatkan melalui wawancara atau hasil observasi, kemudian data sekunder adalah data yang didapat melalui studi pustaka. Dalam upaya mengumpulkan data – data, peneliti menggunakan dua teknik pengumpulan data yaitu :

1) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik yang dipakai oleh peneliti guna mendapatkan data secara langsung dari informan. Wawancara merupakan proses komunikasi yang terdiri dari seorang individu yang ingin mencari atau mendapatkan informasi dari informan melalui pertanyaan yang diberikan. (Deddy, 2013). Wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam hal ini dilakukan peneliti guna mendapatkan data dan informasi lebih mendalam. Menurut Kriyantono (2009, p. 102), menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan proses pengumpulan data tatap muka dengan narasumber guna mendapat data yang lengkap dan mendalam.

Namun dalam wawancara mendalam pewawancara relatif tidak bisa memegang kontrol atas informan. Deddy (2013), mengatakan jika wawancara mendalam ditujukan untuk memperoleh bentuk-bentuk

informasi dari responden yang susunan pertanyaan dalam setiap pertanyaannya dapat diubah saat wawancara disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi ketika wawancara. Artinya informan memiliki kebebasan dalam menjawab, oleh sebab itu peneliti harus mampu membuat informan memberikan jawaban yang lengkap, serta mendalam.

2) Studi Pustaka

Kemudian peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data studi pustaka. Studi pustaka sendiri dilakukan dalam sebuah penelitian sebagai sumber data yang valid yang nantinya dipakai untuk menjadi bahan pengujian atau dalam melakukan penafsiran (Moleong, 2007). Menurut Sarwono (2010, p. 35-45), teknik studi pustaka merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menelaah teori-teori, pendapat-pendapat, serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam media cetak, khususnya buku-buku yang menunjang dan relevan dengan masalah yang dibahas dalam penelitian.

Hal tersebut dilakukan peneliti untuk dapat melengkapi serta mendukung data dari hasil wawancara. Selain itu peneliti juga mempelajari data - data yang bersifat online dan informasi yang terkait melalui internet.

3.6 TEKNIK ANALISIS DATA

Pada tahap ini peneliti akan mengolah data dan menganalisis data, analisis data adalah sebuah upaya yang dilakukan dengan mengorganisasikan data, memilah data yang dapat dikelola, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diberikan kepada orang lain (Moleong, 2007). Peneliti akan mengolah data menggunakan proses analisis data menurut Miles dan Huberman (dalam Emzir, 2012, p. 129-135).

1. Reduksi Data

Reduksi data berarti penulis melakukan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan transformasi 'data mentah' yang didapat dalam catatan-catatan lapangan tertulis. Reduksi data terjadi secara berkelanjutan dalam suatu proyek penelitian yang diorientasikan secara kualitatif. Ketika pengumpulan data berproses melalui reduksi data, penulis membuat rangkuman, tema-tema, serta pemisahan. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, memilah, dan menyusun data dalam suatu cara untuk menggambarkan dan memverifikasikan kesimpulan akhir. Reduksi data juga dapat dilakukan bahkan sebelum data secara actual dikumpulkan. Reduksi data diantisipasi oleh peneliti dengan cara memilih konseptual, pertanyaan, pendekatan, serta pengumpulan data.

2. Model Data

Model didefinisikan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun dan memberikan arah pada pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan dari hasil penelitian yang mencakup berbagai bentuk penyajian. Kemudian, semua bentuk penyajian tersebut dirancang untuk membentuk informasi yang tersusun dalam suatu bentuk praktis yang dapat diakses secara langsung sehingga peneliti dapat melihat fenomena yang terjadi dan dapat menggambarkan kesimpulan yang dijustifikasikan dengan baik untuk berlanjut ke tahap analisis berikutnya.

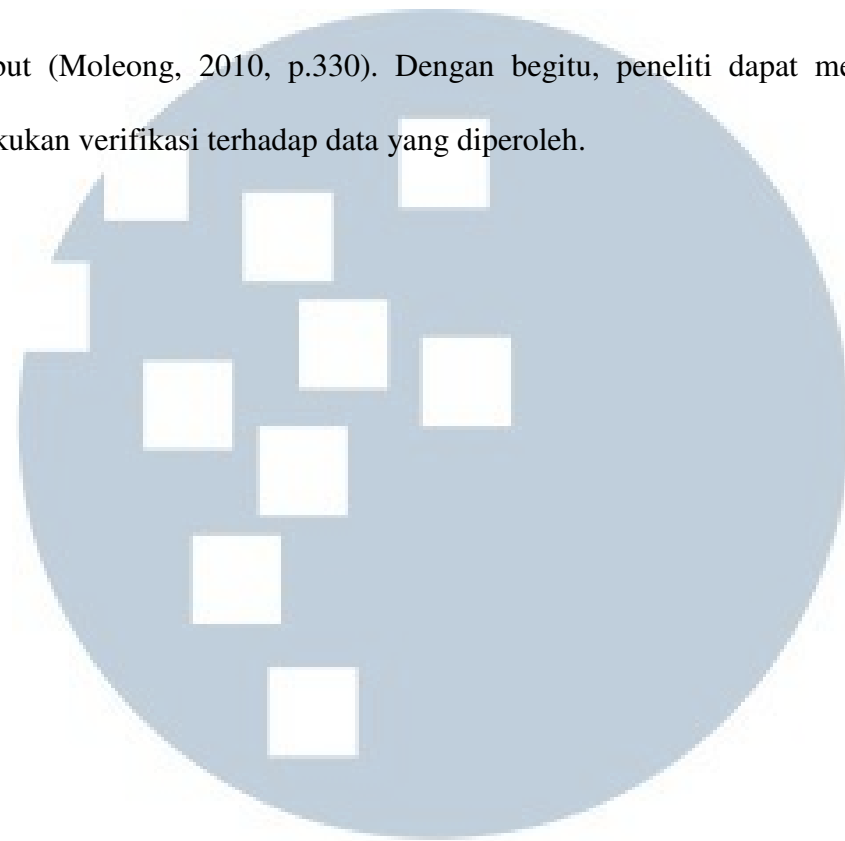
3. Penarikan Simpulan

Langkah terakhir adalah penarikan kesimpulan yang merupakan sebuah kegiatan interpretasi, dalam arti memberikan makna pada data-data yang telah disajikan, diikuti dengan proses verifikasi untuk memastikan bahwa data tersebut telah teruji kebenarannya.

3.7 KEABSAHAN DATA

Setelah memperoleh data peneliti kemudian mengolah dan memastikan keabsahan data tersebut, maka dari itu peneliti menggunakan teknik triangulasi data. Triangulasi merupakan salah satu teknik yang digunakan untuk melihat dan memeriksa keaslian atau keabsahan sebuah data yang didapat melalui sumber lain di luar data yang sudah dimiliki, hal ini dilakukan untuk menjadi pembanding data

tersebut (Moleong, 2010, p.330). Dengan begitu, peneliti dapat memastikan dan melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh.



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA