



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

Berdasarkan judul penelitian “Analisis Strategi Kampanye *Public Relations* PUMA Indoneisa dalam upaya meningkatkan *brand awareness* (Studi kasus: Kampanye DoYouPuma), maka penulis melakukan penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membahas lebih dalam suatu fenomena yang terjadi. Menurut Kriyantono (2012, h.56) penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena yang sedalam – dalam nya melalui pengumpulan data sedalam dalamnya. Penelitian kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling, bahkan populasi atau sampling-nya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Dalam penelitian kualitatif yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data, bukan banyaknya (kuantitas) data.

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).

Creswell (2007, h. 36) mengutip definisi penelitian kualitatif menurut Denzin dan Lincoln bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menempatkan pengamat yang terdiri dari interpretasi dan materi yang membuat dunia terlihat. Praktik kualitatif dapat memahami fenomena dengan serangkaian representasi, termasuk catatan lapangan, wawancara, percakapan, foto, rekaman, dan memo ke diri sendiri. Pada tingkat ini, penelitian kualitatif melibatkan pendekatan interpretatif naturalistik terhadap sebuah objek. Ini berarti bahwa peneliti kualitatif mempelajari berbagai hal dan berusaha untuk mencoba untuk memahami, atau menafsirkan, fenomena dalam arti makna yang dibawa orang kepada mereka.

Ardianto (2010, h.59) mengemukakan, dalam penelitian kualitatif, digunakan rumus 5W+1H dalam proses analisis data, yaitu what (data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian), how (bagaimana proses data itu berlangsung), who (siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian), where (di mana sumber informasi penelitian itu bisa digali atau ditemukan), when (kapan sumber informasi itu bisa ditemukan), dan yang paling penting untuk dicermati adalah why (analisis atau interpretasi lebih dalam tentang apa yang ada di balik fakta dan data hasil penelitian, serta mengapa bisa terjadi seperti itu). Pertanyaan why (mengapa) dapat memberikan pemahaman lebih dalam dari hasil penelitian kualitatif.

Menurut Ardial (2014, h. 157) paradigma merupakan sebuah jendela di mana dalam sebuah penelitian, paradigma bisa membantu peneliti dalam menyaksikan dunia. Dari sana peneliti akan semakin memahami dan menafsirkan secara objektif berdasarkan kerangka konsep yang sudah ada. Peneliti menggunakan paradigma post positivistik untuk lebih fokus dalam memberikan penjabaran dengan lebih jelas mengenai Analisa dari strategi kampanye *public relations* PUMA Indonesia dalam upaya meningkatkan *brand awareness* pada prosesnya yang menjadikan itu sebuah hasil.

Ciri dari penelitian ini adalah kualitatif dan bersifat deskriptif. Moleong (2010, h. 11) menyebutkan bahwa salah satu ciri dari penelitian kualitatif adalah bersifat deskriptif. Penelitian deskriptif mencoba untuk mengumpulkan data dalam bentuk kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hasil penelitian kualitatif akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberikan gambaran penyajian laporan tersebut. Data dari penelitian kualitatif didapat dari hasil wawancara, catatan lapangan, foto, dan lainnya. Pada penulisan hasil penelitian kualitatif, peneliti mencoba untuk menganalisis data sesuai dengan data yang didapatkan. Pertanyaan seputar penelitian kualitatif dapat berupa mengapa, alasan apa atau pun bagaimana.

Sifat penelitian ini adalah penelitian deskriptif, Dalam penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka. Dengan demikian, penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian penelitian tersebut. Data tersebut dapat berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen

resmi lainnya. Dalam proses penulisan penelitian, penulis menganalisis data yang sangat kaya tersebut dan sedapat mungkin dalam bentuk aslinya (Moleong, 2013, h.11)

3.2 Metode Penelitian

Penelitian yang digunakan penulis adalah metode studi kasus. Kriyantono (2012, h.65) Studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

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).

Menurut Mulyana (2003, h. 201), studi kasus adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti.

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).

Oleh karena itu, peneliti menggunakan metode studi kasus, karena ingin menjabarkan serta mengungkapkan lebih dalam mengenai analisis dari strategi kampanye DoYouPuma dalam meningkatkan *brand awareness* PUMA di Indonesia. Studi kasus juga dapat menyajikan realita yang sesuai dengan fakta dan data yang didapat sehingga keabsahaan penelitian dapat terukur dengan baik.

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).

Informan kunci adalah individu yang peneliti gunakan sebagai bahan pengumpulan data karena individu tersebut dianggap cukup dikenal dengan baik, dapat diakses dan dapat memberikan petunjuk akan informasi. Sementara informan adalah individu yang berpartisipasi dalam sebuah riset dan membantu peneliti untuk menafsirkan budaya dalam kelompok (Daymon dan Holloway, 2010, h.366).

Di dalam penelitian ini, penulis memilih dua informan dan satu informan kunci, yaitu:

1. Tom Yotes selaku *Director of Consumer Cohn&Wolfe PR Agency* Indonesia, yang memimpin strategi komunikasi pada setiap *client*, memimpin tim pada tingkat senior dalam aktivitas sehari-hari. Tom Yotes merupakan praktisi PR selama 10 tahun, dan memiliki jabatan tertinggi di organisasinya.
2. Debora Agnes selaku *Associate Account Director* yang sama-sama bekerja di dalam perusahaan PR Agency Cohn&Wolfe dalam tim PUMA.
3. Fajar Nugraha selaku *Senior Executive Marketing* dan *brand communication* PUMA Indonesia.
4. Amanda Febriyani selaku *Senior Account Executive* Cohn & Wolfe Indonesia yang berada di dalam divisi PUMA.
5. Adi dari tim *sales* dari PUMA Cat Indonesia sebagai pelengkap informasi.

Dapat disimpulkan, penulis berusaha mempertanyakan implementasi strategi dari kampanye DoYouPuma, dan meminta data-data terkait mengenai *awareness* masyarakat Indonesia di dalam kampanye ini, serta menanyakan esensi dari tujuan strategi komunikasi tersebut.

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).

Menurut Pawito (2007, h. 132), Wawancara merupakan sumber informasi penting dalam studi kasus. Wawancara menjadi alat pengumpulan data yang penting, karena penelitian komunikasi kualitatif melibatkan manusia sebagai subjek sehubungan dengan realitas yang dipilih untuk diteliti. Dalam penelitian kualitatif dengan metode studi kasus, terdapat setidaknya 3 jenis wawancara yaitu wawancara informal, wawancara dengan pedoman wawancara, wawancara dengan *open ended standard*. Di dalam penelitian ini wawancara akan dilakukan sedalam – dalamnya agar data dari Analisis Strategi Kampanye *Public Relations* PUMA Indonesia dalam Upaya Meningkatkan *Brand*

Awareness (Studi Kasus: Kampanye DoYouPuma 2016) dapat dibahas secara mendetail dan konkrit.

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. Menurut Sarwono (2006, h. 35), 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, terutama buku-buku yang relevan dan komprehensif untuk menunjang pembahasan mengenai masalah yang sedang diteliti.

3.5 Keabsahan data

Yazan (2015, h. 146) mengatakan bahwa keabsahan data sebagai suatu kombinasi dari beberapa sudut pandang yang dapat digunakan penulis sebagai sebuah bentuk penguatan data. Ini merupakan salah satu strategi untuk memberikan gambaran yang

lebih lengkap atas sebuah peristiwa yang diteliti. Kombinasi dan campuran dari beberapa sudut pandang disebut dengan triangulasi.

Peneliti menggunakan teknik keabsahan data yang menggunakan teori triangulasi. Menurut Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi, yaitu triangulasi sumber, metode, penyidik, dan teori. (Moleong, 2013, 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).

Denzin (Moleong, 2010, h.330) Membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan megecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan seseorang dengan berbagai pendapat dan

pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.

5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Peneliti menggunakan bentuk triangulasi data dengan mewawancarai Debora Agnes sebagai *Associate Account Director* PR Agency Cohn&Wolfe yang berada dalam divisi PUMA, Tom Yotes sebagai *Director of Consumer* PR Agency Cohn&Wolfe beserta Amanda Febryani sebagai *Senior Account Executive* PR Agency Cohn&Wolfe yang berada dalam divisi PUMA. Lalu untuk memperkaya informasi, peneliti mewawancarai Adi dari Tim Sales PUMA Indonesia. Harapannya, peneliti dapat melihat dan mengamati secara langsung serta dipadukan dengan berbagai sumber pustaka sehingga mampu menjelaskan lebih mendetail mengenai bagaimana analisa strategi kampanye *Public Relations* PUMA Indonesia.

3.6 Teknik Analisis Data

Penulis menggunakan teknik analisis data menurut 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.