



### **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**

Paradigma sendiri memiliki arti yaitu sebuah cara pandang untuk dapat memahami kompleksitas dunia. Tentunya paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganutnya karena paradigma sendiri menunjukkan apa yang penting dan masuk akal (Mulyana, 2003, h. 3). Sedangkan menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2010, h. 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. Paradigma post positivisme merupakan paradigma yang memiliki beberapa asumsi dasar. Namun, yang menjadi inti dari paradigma ini adalah pengetahuan yang tidak berlandaskan apa pun dan tidak pernah mendapatkan kebenaran absolut, sehingga seringkali bukti yang ada di dalam penelitian bersifat lemah. Selain itu paradigma ini juga merupakan proses menciptakan sebuah klaim yang nantinya disaring menjadi klaim lain yang lebih kuat. Setelah itu menurut paradigma post positivisme, pengetahuan adalah sebuah hasil dari data, bukti dan pertimbangan logis, hal ini seringkali didapat dengan menggunakan cara pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi secara mendalam. Penelitian juga harus dapat mengembangkan pernyataan dengan logis dan benar sehingga dapat memberikan gambaran

dengan hal yang sebenarnya terjadi dan yang terakhir penelitian haruslah bersifat objektif. (Creswell, 2010, h. 7-8).

Phillips & Burbules (dalam Creswell, 2010, h. 69) mengatakan bahwa post positivisme sendiri merupakan pengembangan setelah positivisme yang saat itu menolak adanya pemahaman yang masih tradisional mengenai kebenaran pengetahuan. Post Positivisme ini dapat dikatakan sebuah sebab-akibat sehingga masalah yang menggunakan paradigma ini haruslah yang mengamati seberapa pentingnya untuk mengetahui dan menafsirkan sebab-akibat.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Creswell (2008, dikutip dalam Raco, 2010, p. 7) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi lebih dalam untuk memahami sebuah permasalahan dengan melakukan wawancara pada narasumber dengan pertanyaan yang umum dan luas. Moleong (2007, p. 6), mengatakan jika penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki tujuan memahami fenomena mengenai apa yang sedang dialami oleh subjek penelitian dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa pada suatu konteks yang alamiah dan memanfaatkan berbagai metode alamiah.

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, fakta, atau realita (Raco, 2010, p. 112). Faisal (2010, h. 79) mengatakan penelitian deskriptif dimaksudkan untuk mengeksplorasi suatu fenomena sosial dengan mendeskripsikan masalah yang

berhubungan dengan objek penelitian tanpa menggunakan dan melakukan penelitian hipotesis. Penelitian deskriptif dipilih karena akan digunakan peneliti dalam mengungkapkan secara jelas perencanaan PR pada peluncuran produk Xiaomi Redmi 5 dan Redmi 5 Plus untuk meningkatkan *awareness*.

### **3.3 Metode Penelitian**

Untuk mengetahui strategi PR peluncuran produk dalam meningkatkan *awareness* dengan studi kasus peluncuran Xiaomi Redmi 5 dan Redmi 5 Plus, maka metode yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus.

Yin (2003, h. 1) mengatakan studi kasus adalah sebuah penyelidikan empiris yang menyelidiki fenomena kontemporer dalam kehidupan nyata saat batas antara fenomena dan konteks samar-samar dan berbagai macam sumber dibutuhkan. Yin menambahkan bahwa penggunaan metode studi kasus tidak hanya cukup dengan pertanyaan “apa”, tetapi lebih kepada “bagaimana” untuk mendapatkan pengetahuan yang eksplanatif dan “mengapa” untuk mendapatkan jawaban eksploratif, dengan kata lain, dalam metode studi kasus dibutuhkan pengetahuan yang mendalam (Yin, 2003, h. 21)

Menurut Mulyana, studi kasus adalah sebuah penjelasan secara komprehensif tentang berbagai aspek dari seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi atau komunitas, suatu program, atau suatu keadaan sosial dengan meneliti data-data yang terkait dengan objek penelitian. Dengan menggunakan studi kasus mampu memberikan pandangan lain, pengetahuan, dan kreativitas dalam membahas isu-isu yang relevan terkait dengan kasus

yang diteliti (Kreps dan Lederman, 1985 dikutip dalam Mulyana, 2013, h. 202).

Metode ini tentunya cocok digunakan dalam penelitian yang peneliti lakukan karena untuk mengetahui bagaimana strategi PR peluncuran produk untuk meningkatkan *awareness* pada studi kasus peluncuran Xiaomi Redmi 5 dan Redmi 5 Plus perlu adanya penjelasan yang lebih dari sebuah instansi tertentu atau organisasi tertentu.

### 3.4 ***Key Informan dan Informan***

Menurut Raco (2010, h. 116), 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. Untuk itu, penulis akan memilih *key informan* dan *informan*, yakni:

*Key Informan* pada penelitian ini adalah Mercy Tahitoe, seorang konsultan *public relations* dari Praxis PR yang memegang andil penuh dalam perencanaan strategi PR Xiaomi dalam peluncuran produk Redmi 5 dan Redmi 5 Plus.

Selain itu sebagai *informan* penulis juga turut melakukan wawancara kepada Head of PR dari Xiaomi di Indonesia, Stephanie Sicilia. Tentunya Head of PR turut bertanggung jawab dan mengamati kerja dari pembentukan strategi *public relations* dalam peluncuran produk Xiaomi Redmi 5 dan Redmi 5 Plus yang dilakukan. Selanjutnya, penulis juga turut melakukan wawancara dengan Ayu seorang wartawan dari CNN Indonesia dan Joseph

seorang MiFans yang turut datang pada acara peluncuran Xiaomi Redmi 5 dan Redmi 5 Plus.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah bagian yang paling penting karena merupakan bagian yang menentukan keberhasilan dari sebuah penelitian. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif biasanya berbentuk teks, foto, cerita, gambar, artefak, dan lainnya yang bukan berupa angka hitungan (Raco, 2010, h. 112).

Untuk melengkapi data-data bagi penelitian ini, penulis menggunakan tiga macam teknik pengumpulan data yakni, wawancara, observasi, dan studi pustaka.

#### **1. Wawancara**

Wawancara merupakan sebuah bentuk komunikasi yang melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari narasumber dengan menyampaikan pertanyaan (Deddy, 2013, h. 180). Jenis wawancara yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara secara mendalam. Deddy 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.

Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam ini tentunya sangat sesuai dengan judul yang sedang peneliti teliti.

Pastinya peneliti membutuhkan informasi-informasi dari narasumber yang sudah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya, karena peneliti juga menggunakan metode studi kasus yang lebih kepada penjelasan dari suatu organisasi.

Dalam penelitian mengenai strategi PR peluncuran produk dalam meningkatkan *awareness* ini tentunya membutuhkan informasi-informasi mendalam dari bagian-bagian PR yang membuat strategi ini.

## **2. Observasi**

Observasi adalah pengamatan yang dilakukan langsung dari lapangan yang mengharuskan penulis untuk terlibat atau berada bersama dengan objek penelitian sehingga mampu memperoleh banyak informasi yang belum didapatkan ketika wawancara. Dengan melakukan observasi secara langsung, maka peneliti mampu dengan jelas memahami permasalahan, gejala, peristiwa, dan fakta yang terjadi di lapangan (Raco, 2010, h. 112).

Ada tiga jenis observasi menurut Kriyantono (2008, p. 65), yaitu observasi partisipan dimana penulis berpartisipasi dengan anggota kelompok yang sedang diobservasi; observasi non partisipan dimana penulis tidak memposisikan diri sebagai bagian dari objek yang sedang diteliti dan terakhir observasi partisipan-*membership* yang berarti penulis merupakan anggota dari objek yang sedang diteliti.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan dua bentuk observasi, yaitu observasi secara langsung dan tidak langsung. Observasi secara langsung penulis lakukan dengan datang pada acara *launching* Xiaomi dan mengamati peristiwa yang terjadi secara langsung. Setelah itu penulis melakukan observasi secara tidak langsung dengan mengamati hasil dari strategi-strategi yang dilakukan Xiaomi. Jika dilihat dari jenis yang dipaparkan oleh Kriyantono, dalam penelitian ini penulis menggunakan jenis observasi nonpartisipan sehingga penulis hanya berperan sebagai pengamat dan tidak memosisikan diri sebagai anggota kelompok.

### **3. Studi Pustaka**

Selain menggunakan wawancara dan observasi dalam pengumpulan data, penulis juga menggunakan studi pustaka. Studi pustaka yang dikumpulkan berupa dokumen yang berbentuk foto, gambar, video, dan sebagainya (Raco, 2010, p. 108). Studi pustaka digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena banyak hal yang dapat digunakan untuk bahan pengujian, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan (Moleong, 2007).

Dengan adanya studi pustaka, maka dapat melengkapi data yang sudah didapatkan melalui wawancara dan observasi. Hal-hal yang sekiranya dapat mendukung penelitian ini adalah berita-berita yang telah diterbitkan oleh kantor-kantor berita yang memberitakan mengenai peluncuran Xiaomi Redmi 5 dan Redmi 5 Plus.

### 3.6 Keabsahan Data

Data yang telah terkumpul kemudian akan diolah kembali melalui teknik keabsahan data menggunakan triangulasi. Triangulasi adalah teknik untuk memeriksa keabsahan data dengan memanfaatkan sesuatu yang lain sebagai perbandingan (Moleong, 2007, p. 330). Denzim (1987, dikutip dalam Moleong, 2007, p. 330), membagi jenis triangulasi ke dalam empat macam, yakni:

Pertama, Triangulasi sumber, dalam triangulasi ini membandingkan data dari hasil wawancara, observasi, dan studi pustaka yang terkumpul.

Kedua, Triangulasi metode, Jenis triangulasi ini memiliki dua cara, yaitu dengan melakukan pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data dan pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama (Patton, 1987, dikutip dalam Moleong, 2007, p. 330).

Ketiga, Triangulasi penyidik, Jenis triangulasi ini memanfaatkan peneliti atau pengamat lain untuk membantu mengurangi ketidaktepatan dalam pengumpulan data. Cara lain dalam triangulasi jenis ini adalah dengan membandingkan sebuah analisis dengan analisis lainnya.

Keempat, Triangulasi teori, Dengan menggunakan triangulasi sumber, maka peneliti dapat memeriksa kembali hasil temuan yang didapat dari suatu sumber dengan membandingkan dengan sumber lainnya.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah melakukan analisis 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 (Bogdan dan Biklen, 1982, dikutip dalam Sugiyono, 2016, p. 244).

Namun, dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik analisis data dari Miles dan Huberman (1984 dalam Sugiyono, 2016, p. 246) yang mengemukakan bahwa aktivitas yang dilakukan dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan terus menerus sehingga datanya dapat dikatakan jenuh. Sehingga, diperlukan analisis data dengan cara *data reduction*, *data display* dan *conclusion drawing/verification* yang akan dijelaskan sebagai berikut,

Reduksi data (*data reduction*) yaitu data yang didapatkan dari lapangan dalam jumlah yang banyak perlu untuk dicatat dan diteliti secara rinci dan teliti. Oleh karena itu, segera lakukan analisis menggunakan reduksi atau merangkum atau memilih hal-hal penting dan pokok dalam penelitian tersebut (Sugiyono, 2016, p. 247).

Model data (*display data*) yaitu setelah data direduksi atau dirangkum, maka tahapan selanjutnya adalah menyajikan data tersebut dengan bentuk uraian, tabel, grafik, *pie chart* dan sejenisnya. Menurut yang dikatakan oleh Miles dan Huberman, penyajian data yang paling sering digunakan dalam

penelitian kualitatif adalah dengan uraian teks yang bersifat naratif (Sugiyono, 2016, p. 249).

Verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing/verification*) merupakan langkah terakhir dalam analisis data model Miles dan Huberman. Kesimpulan yang sudah ditemukan diawal merupakan penarikan kesimpulan pertama dalam penelitian kualitatif dan tentunya akan berubah saat ditemukan bukti-bukti pendukung yang kuat. Namun, jika kesimpulan awal yang ditemukan kemudian didukung dengan data-data yang kuat dan hasilnya tetap sama, maka kesimpulan tersebut merupakan kesimpulan yang kredibel.

