



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

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah kualitatif. Dalam penelitian ini, peneliti tidak menguji hipotesis tertentu tetapi menggambarkan tentang suatu variabel, gejala atau keadaan. Denzin dan Lincoln dalam Moleong (2010:5) mengemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian berlatar alamiah untuk menafsirkan fenomena yang terjadi dengan melibatkan metode yang ada dengan memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu dengan didasarkan pada upaya membangun pandangan terhadap objek penelitian secara terperinci dan mendalam.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif. Menurut Creswell (2007:18), pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang membangun pernyataan pengetahuan berdasarkan perspektif konstruktif, atau berdasarkan perspektif partisipatori, atau keduanya. Pendekatan kualitatif digunakan untuk membahas secara lebih mendalam suatu fenomena serta kasus yang terjadi, dirincikan dan dideskripsikan secara jelas.

Penelitian ini bersifat deskriptif dimana semua data yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap penelitian, laporan akan berisi kutipan data untuk memberi gambaran penyajian data, dan data tersebut akan dianalisis dan dijabarkan (Moleong, 2010:11). Secara umum sifat penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Melalui jenis penelitian ini penelitian akan dideskripsikan secara sistematis dan menggambarkan realitas yang terjadi di masyarakat, faktual, dan akurat sesuai dengan data yang diperoleh dari objek penelitian.

Oleh sebab itu peneliti menggunakan penelitian deskriptif-kualitatif untuk memaparkan serta menggambarkan strategi penggunaan *social media* Communicasting Academy dalam Membangun *brand awareness* secara mendalam.

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan peneliti dalam penelitian kualitatif ini adalah metode studi kasus. Menurut Mulyana (2002: 201), studi kasus adalah uraian dari penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau situasi sosial. Melalui studi kasus, peneliti berupaya menelaah sejumlah kecil variabel dan memilih suatu sample besar yang mewakili populasi, peneliti secara seksama mengkaji sejumlah besar variabel mengenai suatu kasus.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma post-positivisme dimana paradigma ini merupakan perbaikan dari paradigma positivisme yang dianggap memiliki kelemahan-kelemahan dan hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti (Salim, 2001:33). Dalam paradigma ini, hubungan peneliti dengan realitas yang diteliti bersifat interaktif dan tidak bisa dipisahkan, namun dengan subjektivitas seminimal mungkin.

3.3 Key Informan Penelitian

Key informan dalam penelitian ini adalah pembuat objective dan konseptor program komunikasi Communicasting Academy baik secara online maupun offline. Informan dalam penelitian ini adalah pelaksana strategi komunikasi perusahaan sekaligus *Public Relations* perusahaan, admin *social media* Communicasting Academy, pakar *social media*, dan pengguna jasa Communicasting Academy.

Key informan dan *informan* dalam penelitian ini adalah individu atau pihak yang telah ditentukan oleh peneliti sebagai narasumber yang dinilai kredibel dan mampu memberikan informasi yang terkait dengan penelitian. *Key informan* dan *informan* ini memiliki kompetensi di bidangnya dan memberikan keterangan secara jelas. Berikut adalah nama *key informan* dan *informan* yang dijadikan narasumber penelitian :

Tabel 3.1 Daftar Narasumber

Nama	Jabatan	Alasan
Donny De Keizer	CEO Communicasting Academy	Pemimpin perusahaan yang menentukan objective, SOP, dan KPI program komunikasi perusahaan yang menjadi dasar dalam penentuan strategi komunikasi social media yang di lakukan
Satrio Danukusumo	Public Relations Communicasting Academy	Bertanggungjawab dalam perencanaan dan pelaksanaan program-program yang dijalankan Communicasting Academy
Ayu Septyanurrianti	Admin media sosial Communicasting Academy	Pelaksana social media handling dari Communicasting Academy
Tuhu Nugraha	Chief Operational Officer Pingfans Integrated Digital Strategy Agency	Social media expert
Bayu Pradhana	Pengguna jasa	Konsumen Communicasting Academy

Pemilihan *key informan* dan *informan* tersebut didasarkan dengan melihat serta memahami jabatan/kedudukan, tugas, dan wewenang yang dimiliki oleh narasumber internal. Ketiga narasumber internal tersebut dipahami peneliti sebagai narasumber kredibel yang mampu memberikan informasi terkait

penelitian, yaitu mengenai strategi penggunaan *social media* Communicasting Academy dalam membangun *brand awareness*.

Wawancara mendalam juga dilakukan dengan cara mewawancarai informan atau narasumber ahli, yaitu pakar atau praktisi *social media*. Narasumber ahli ditujukan untuk membantu peneliti dalam hal menganalisa strategi *social media* yang diterapkan Communicasting Academy dalam membangun *brand awareness*.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ada 2, yaitu :

3.4.1 Data primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian (Sangadji dan Sopiah,2010:171). Metode yang digunakan untuk mendapatkan data primer yaitu wawancara mendalam, yang memungkinkan pewawancara untuk bertanya kepada narasumber untuk mendapatkan informasi terkait fenomena yang diteliti (West dan Turner,2008:53).

3.4.2 Data Sekunder

Data sekunder didapat melalui studi kepustakaan dan sumber lain. Studi kepustakaan adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan studi penelaahan terhadap buku-buku, literatur-literatur, catatan-catatan, dan laporan-laporan yang ada hubungannya dengan masalah yang dipecahkan. Data ini hanya sebagai tambahan dan tidak dirancang secara spesifik untuk memenuhi kebutuhan penelitian (Sangadji dan Sopiah,2010:172). Sumber data sekunder adalah transkrip wawancara, informasi dari situs resmi serta media sosial dan data-data lain yang bisa didapat untuk mendukung penelitian.

Selain data primer, peneliti juga menggunakan data sekunder sebagai data tambahan pendukung data primer. Menurut Rosady Ruslan, data sekunder adalah memperoleh data dalam bentuk yang sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan di berbagai organisasi atau perusahaan, termasuk majalah jurnal, khusus pasar modal, perbankan dan keuangan (Ruslan,2010:30).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan buku-buku mengenai *social media* dengan tujuan mendapatkan informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis data dimana dilakukan pada penelitian ini dalam rangka penyederhanaan data kedalam suatu bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Metode analisis data yang digunakan yaitu analisis data kualitatif. Menurut Miles dan Huberman (Ardianto, 2010:223), metode tersebut dibagi menjadi tiga tahap yaitu :

- a. Reduksi Data (*Data Reduction*). Dalam tahap ini terjadi proses pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pemilihan, dan pengabstrakan data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Reduksi data merupakan bentuk analisis yang menajamkan, mengarahkan, menggolongkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data.
- b. Penyajian Data (*Data Display*). Dalam tahap ini, peneliti mengembangkan sebuah deskripsi informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan. Penyajian data yang lazim digunakan pada langkah ini adalah dalam bentuk teks naratif.
- c. Penarikan Kesimpulan (*Data Verification*). Dalam tahap ini peneliti ingin melihat kebenaran hasil analisis untuk menghasilkan simpulan yang dapat dipercaya dengan cara membandingkannya dengan bukti-bukti yang mendukung pada tahap pengumpulan data yang berikutnya

sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai laporan penelitian.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, teknik keabsahan data yang digunakan peneliti adalah teknik triangulasi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat keabsahan data yang diperoleh. Dalam menguji keabsahan data, peneliti menggunakan teknik triangulasi. Menurut Moleong (2010:330), teknik triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Selain digunakan untuk mengecek kebenaran data, triangulasi juga digunakan untuk memperkaya data yang telah dimiliki.

Melalui teknik triangulasi, peneliti dapat melakukan verifikasi data yang diperolehnya dengan cara membandingkannya dengan berbagai sumber. Pemeriksaan terhadap keabsahan data selain digunakan untuk menyanggah balik apa yang dituduhkan kepada penelitian yang mengatakan tidak ilmiah. Hal ini berguna untuk mempertanggungjawabkan penelitian dari berbagai sisi.

Denzin sebagaimana dikutip oleh Moleong (2010:330) menjelaskan empat macam triangulasi di antaranya:

1. Triangulasi metode

Dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berbeda. Untuk memperoleh kebenaran informasi, peneliti bisa menggunakan metode wawancara bebas dan terstruktur. Selain itu, peneliti juga bisa menggunakan wawancara dan observasi untuk mengecek kebenarannya. Melalui berbagai perspektif diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran.

2. Triangulasi antar peneliti

Dilakukan dengan cara menggunakan lebih dari satu orang (pengamat) dalam pengumpulan dan analisis data. Pengamat yang dipilih harus mengalami pengalaman penelitian dan bebas dari konflik kepentingan agar tidak merugikan peneliti.

3. Triangulasi sumber data

Merupakan teknik menggali kebenaran mengenai informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber pengolahan data. Selain melalui wawancara, peneliti bisa menggunakan data lainnya seperti dokumen tertulis, catatan pribadi, gambar, foto, dan lainnya. Triangulasi dengan sumber dapat ditempuh dengan cara sebagai berikut:

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
 - b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
 - c. Membandingkan apa yang dikatakan sewaktu diteliti dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu.
 - d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
 - e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.
4. Triangulasi teori

Merupakan hasil akhir penelitian kualitatif berupa sebuah rumusan informasi atau *thesis statement*, informasi tersebut akan dibandingkan dengan perspektif teori yang relevan untuk menghindari bias individual peneliti atas temuan atau kesimpulan yang dihasilkan. Teknik triangulasi ini dapat meningkatkan kedalaman pemahaman dengan syarat peneliti mampu menggali pengetahuan teoritik secara mendalam atas hasil analisis data yang telah diperoleh.

Teknik triangulasi yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber data yaitu teknik menggali kebenaran mengenai informasi tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Peneliti akan memeriksa kembali seluruh ke-valid-an data yang telah diperoleh dari hasil wawancara mendalam dan membandingkan dengan isi studi dokumen. Selain itu,

peneliti juga akan membandingkan apa yang dikatakan oleh masyarakat dan konsumen dengan apa yang dikatakan oleh CEO Communicasting Academy dan narasumber internal lainnya. Dari data yang telah diperoleh, peneliti akan memilih dan menggunakan data yang dianggap valid sehingga tidak memiliki kerancuan.

3.7 Fokus Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti fokus membahas strategi penggunaan *social media* yang diterapkan Communicasting Academy dalam membangun *brand awareness* dengan menggunakan *The Social Media Plan* dari Peter R. Scott dan J. Mike Jacka, yaitu :

1. *Goals*
2. *Channels*
3. *Engagement*
4. *Staffing and Funding*
5. *Metrics*
6. *Social Media Policies*

UUMN