



### **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 Denzin dan Lincoln (2009: 135), paradigma adalah sistem kepercayaan dasar yang didasarkan pada asumsi-asumsi ontologis, epistemologis, dan metodologis. Ontologis berkenaan dengan pertanyaan “Apakah bentuk dan hakikat realitas dan selanjutnya apa yang dapat diketahui tentangnya?”; epistemologis berkenaan dengan pertanyaan “Apakah hakikat hubungan antara peneliti atau yang akan menjadi peneliti dan apa yang dapat diketahui.”; dan metodologis berkenaan dengan pertanyaan “Bagaimana cara peneliti atau yang akan menjadi peneliti dapat menemukan sesuatu yang diyakini dapat diketahui.”

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah post positivisme. Menurut Denzin dan Lincoln (2009: 136), paradigma ini merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan-kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologis aliran ini bersifat realitas kritis yang memandang sama bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal yang mustahil bila suatu realitas dapat dilihat secara benar oleh manusia. Dikarenakan pada dasarnya mekanisme intelektual manusia memiliki kekurangan sedangkan fenomena itu sendiri secara fundamental memiliki sifat yang tidak mudah diatur.

Secara epistemologis dalam paradigma post positivisme, hubungan antara pengamat atau peneliti dengan objek atau realitas yang diteliti tidaklah dapat dipisahkan, aliran ini menyatakan suatu hal yang tidak mungkin mencapai atau melihat kebenaran tanpa ikut terlibat langsung dengan objek secara langsung (Denzin dan Lincoln, 2009: 136).

Secara metodologis, dalam paradigma post positivisme, pengamatan berlangsung secara natural, menggunakan metode kualitatif dan tergantung pada teori yang dipergunakan. Post positivisme memandang kenyataan itu ada, tetapi dengan keterbatasan manusia, maka kenyataan itu tidak dapat dimengerti dengan sempurna.

Paradigma yang dianut dalam penelitian ini adalah paradigma post positivisme. Realitas yang akan diteliti adalah *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall periode 21 Juli – 26 Agustus 2012. Dengan bekal pengetahuan yang dimiliki, peneliti mencoba memahami *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall. Hubungan antara peneliti dengan realitas erat, karena peneliti akan berinteraksi langsung di dalam Tangcity Mall untuk mampu mengamati dan memahami strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall periode 21 Juli – 26 Agustus 2012. Peneliti melakukan pengamatan dan interaksi secara langsung dengan Tangcity Mall untuk mendapatkan data-data sehingga dapat menjawab rumusan masalah penelitian ini.

### 3.2 Metode Penelitian

Menurut Stake (yang dikutip oleh Denzin dan Lincoln, 2009: 299), studi kasus menekankan pendekatan kualitatif, bersifat naturalistik, berbasis pada budaya dan minat fenomenologi. Sebagai suatu bentuk penelitian, pemilihan studi kasus lebih ditentukan oleh ketertarikan pada kasus-kasus yang bersifat individual. Studi kasus memfokuskan pada apa yang dapat dipelajari secara khusus pada kasus tunggal. Penekanan studi kasus adalah memaksimalkan pemahaman tentang kasus yang dipelajari dan bukan untuk mendapatkan generalisasi.

Identifikasi kasus bahwa kasus dapat bersifat sederhana tetapi dapat juga bersifat kompleks (Denzin dan Lincoln, 2009: 300). Waktu yang dibutuhkan untuk mempelajari kasus dapat pendek ataupun panjang, tergantung waktu untuk berkonsentrasi. Setelah menentukan untuk mempelajari suatu kasus, peneliti sebaiknya terlibat secara mendalam pada kasus tersebut.

Stake mengidentifikasi adanya tiga tipe studi kasus. Yang pertama disebut studi kasus intrinsik, yaitu studi untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik dari kasus yang khusus, hal ini disebabkan karena seluruh kekhususan dan keluarbiasaan kasus itu sendiri menarik perhatian. Tujuan studi kasus intrinsik bukan untuk memahami suatu konstruksi abstrak atau konstruksi fenomena umum. Studi dilakukan karena ada minat intrinsik di dalamnya.

Studi kasus yang kedua disebut studi kasus instrumental (*instrumental case study*), adalah kasus khusus yang diuji untuk memberikan pemahaman yang mendalam tentang suatu masalah (*issue*) atau untuk memperbaiki teori yang telah ada. Walaupun studi kasus ini kurang diminati, ia memainkan peran yang mendukung, memfasilitasi pemahaman terhadap sesuatu yang lain (minat eksternal). Kasusnya dilihat secara mendalam, dan konteksnya diteliti secara cermat, aktivitas-aktivitas untuk mendalami kasus tersebut dilakukan secara rinci, karena kasus ini membantu pemahaman tentang ketertarikan dari luar (minat eksternal). Dasar pemilihan mendalami kasus ini dikarenakan kasus ini diharapkan dapat memperluas pemahaman peneliti tentang minat lainnya.

Studi kasus ketiga adalah studi kasus kolektif (*collective case study*), yaitu penelitian terhadap gabungan kasus-kasus dengan maksud meneliti fenomena, populasi, atau kondisi umum. Ini bukan merupakan kumpulan studi instrumental yang diperluas pada beberapa kasus. Studi kasus kolektif memerlukan kasus-kasus individual dalam kumpulan kasus-kasus diketahui lebih dahulu untuk mendapatkan karakteristik umum. Kasus-kasus individual dalam kumpulan kasus-kasus tersebut mempunyai ciri-ciri yang sama atau berbeda, masing-masing mempunyai kelebihan dan bervariasi. Kasus-kasus tersebut dipilih karena dipercaya bila memahami kasus-kasus tersebut akan menghasilkan pemahaman yang lebih baik, penyusunan teori yang lebih baik tentang kumpulan kasus-kasus yang lebih luas.

Stake (yang dikutip oleh Denzin dan Lincoln, 2009: 300) menjelaskan bahwa peneliti kasus mencari tahu tentang apa yang bersifat umum dan apa yang bersifat khusus dari kasus tersebut, tetapi hasil akhir dari kasus tersebut biasanya menampilkan sesuatu yang unik. Keunikan tersebut mungkin meresap dan meluas kepada hakikat suatu kasus, latar belakang sejarah kasus tersebut, latar (*setting*) fisik, konteks-konteks lainnya, termasuk ekonomi, politik, hukum, dan estetika, kasus lainnya bilamana kasus tersebut berkaitan dengan kasus yang dipelajari, informan-informan dipilih dari orang-orang yang mengetahui kasus ini.

Studi kasus yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus intrinsik, karena kekhususan kasus mengenai *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall periode 21 Juli – 26 Agustus 2012 sendiri menarik perhatian peneliti. Berdasarkan metode studi kasus, peneliti akan terlibat secara langsung dan mendalam ke dalam kasus khusus, melakukan pengumpulan informasi yang detail sehingga dapat memaksimalkan pemahaman mengenai strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall periode 21 Juli – 26 Agustus 2012.

### 3.3 Key Informan

*Key informan* dalam penelitian ini di antaranya :

#### 1. Cornelia Agnes Susanto; *Event Deputy Manager* Tangcity Mall

*Key informan* dipilih karena merupakan orang yang bertanggung jawab terhadap setiap *special event* yang dilaksanakan oleh Tangcity Mall sehingga mengetahui dengan jelas strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping. *Key informan* memberikan informasi mengenai tahap pertama sampai kelima *Strategic Planning for Public Relations* berdasarkan Ronald D. Smith dalam *special event* Ramadhan Smart Shopping yang terdiri dari analisis situasi, analisis organisasi, analisis publik, menetapkan *goals* dan *objectives*, memformulasikan *action strategies*.

#### 2. Hansen Andrea selaku *Chief Promotion* Tangcity Mall

*Key informan* dipilih karena merupakan orang yang mengurus dan bertanggung jawab perihal berbagai media promosi yang digunakan oleh Tangcity Mall sehingga mengetahui dengan jelas strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping. *Key informan* dapat memberikan informasi mengenai tahap keenam sampai kesembilan *Strategic Planning for Public Relations* berdasarkan Ronald D. Smith dalam *special event* Ramadhan Smart Shopping yang terdiri dari menjalankan komunikasi yang efektif, merumuskan taktik komunikasi, mengimplementasikan

*strategic planning* dalam bentuk penyusunan *scheduling* dan *budgeting*, dan melakukan evaluasi.

### **3. Mathilda Wibowo selaku Dosen Event Management UMN**

*Key informan* dipilih karena merupakan orang yang mengetahui dengan baik tentang teori *event management* sehingga dapat berpendapat secara lebih terbuka dan netral. Pendapat netral diperlukan guna mendapatkan data yang tidak pro maupun kontra terhadap strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping.

#### **3.4 Jenis dan Sifat Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Kriyantono (2009: 67), penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2009: 56). Riset kualitatif tidak mengutamakan besarnya populasi tetapi kepada kedalaman pemahaman atas fenomena yang diteliti. Peneliti ikut aktif dan terjun langsung ke lapangan. Penelitian kualitatif bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan. Peneliti adalah instrumen pokok penelitian. Penelitian ini bersifat subjektif karena pengintepretasian objek bergantung



pada referensi peneliti yang dilandaskan pada teori dan hasil lapangan yang ada.

Lebih lanjut, Denzin & Lincoln menjelaskan penelitian kualitatif tidak memperkenalkan perlakuan (*treatment*), atau memanipulasi variabel atau memaksakan definisi operasional peneliti mengenai variabel-variabel pada peserta penelitian. Menurut Kriyantono (2009: 57), fenomena atau peristiwa yang diteliti mengalir secara normal dalam setting alamiah tanpa kontrol dari peneliti. Sebaliknya, penelitian kualitatif membiarkan sebuah makna muncul dari partisipan-partisipan itu sendiri. Penelitian ini sifatnya lebih fleksibel sehingga dapat disesuaikan dengan latar yang ada. Konsep-konsep, alat-alat pengumpul data, dan metoda pengumpulan data dapat disesuaikan dengan perkembangan penelitian. Hasil penelitian berupa deskripsi detail, kutipan-kutipan dan komentar-komentar.

Dari beberapa definisi tersebut dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari suatu realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah (*naturalistic*) bukan hasil perlakuan (*treatment*) atau manipulasi variabel yang dilibatkan.

### 3.5 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini adalah pembahasan mengenai sembilan langkah *Strategic Planning for Public Relations* berdasarkan Ronald D. Smith dalam *special event* Ramadhan Smart Shopping yang terdiri dari analisis situasi, analisis organisasi, analisis publik, menetapkan *goals* dan *objectives*, memformulasikan *action strategies*, menjalankan komunikasi yang efektif, merumuskan taktik komunikasi, mengimplementasikan *strategic planning* dalam bentuk penyusunan *scheduling* dan *budgeting*, dan melakukan evaluasi.

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Dalam memperoleh data untuk keperluan penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi atau data tentang strategi *event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil wawancara para *key informan*. Sedangkan data sekunder penelitian ini memakai bahan pustaka dari buku, dokumen yang menyangkut strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall pemberitaan-pemberitaan di media *online* dan *website* Tangcity Mall. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara sebagai berikut :

1. Wawancara

Menurut Bingham dan Moore (yang dikutip oleh Daymon dan Holloway, 2002: 168), menggunakan istilah “percakapan dengan suatu

tujuan (*conversation with a purpose*)” untuk wawancara kualitatif, yakni ketika peneliti dan informan menjadi “mitra percakapan (*conversational partners*)”.

Jenis wawancara yang dilakukan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Menurut Kriyantono (2009: 202), wawancara mendalam adalah suatu cara mengumpulkan data atau informasi dengan cara langsung bertatap muka dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Dalam wawancara mendalam, peneliti relatif tidak mempunyai kontrol atas respons informasi artinya informan bebas memberikan jawaban.

Pada penelitian ini, peneliti akan mewawancarai secara mendalam kepada *key informan* yang mengetahui tentang strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall periode 21 Juli – 26 Agustus 2012. Peneliti akan mewawancarai secara mendalam mengenai apa saja strategi *special event* Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall periode 21 Juli – 26 Agustus 2012.

## 2. Studi dokumentasi

Menurut Hodder (yang dikutip oleh Daymon dan Holloway, 2002: 344), dokumen terdiri dari kata-kata dan gambar yang telah direkam tanpa campur tangan pihak peneliti. Dokumen tersedia dalam bentuk tulisan, catatan, suara, gambar dan digital. Dokumen yang pernah dihasilkan oleh seseorang dapat menjadi sumber penting dalam bukti

tambahan maupun bukti utama riset. Dokumen semacam ini menunjukkan bagaimana sebuah organisasi atau industri memandang tindakan, prestasi, dan orang-orang di masa lalu maupun masa kini.

Dokumen tersebut penting dalam riset kualitatif karena secara keseluruhan untuk mengaksesnya tidak memerlukan banyak biaya dan seringkali sangat mudah. Selain itu, informasi yang dimilikinya mungkin berbeda dari, atau tidak didapat melalui percakapan. Dokumen mampu bertahan sepanjang waktu. Karena itu, dokumen mampu memberikan pemahaman historis.

Dokumen internal meliputi laporan kontak, laporan status, jadwal kerja, perencanaan kampanye, arsip/kliping berita koran, program televisi bisnis, dan kebijakan strategis formal. Sedangkan dokumen eksternal seperti laporan tahunan, rilis atau pemberitahuan bagi pers, dokumen-dokumen atau notula-notula briefing/rapat, newsletter, video perusahaan, website, iklan, dan misi perusahaan (Daymon dan Holloway, 2002: 344).

Dengan studi dokumentasi, peneliti dapat melakukan analisis sekunder. Menurut Hakim (yang dikutip Daymon dan Holloway, 2002: 346), analisis sekunder merupakan analisis lanjutan dari seperangkat data yang telah ada sebelumnya. Analisis sekunder mencakup interpretasi, kesimpulan, atau pengetahuan tambahan, bisa juga berbentuk berupa data/kajian yang secara menyeluruh disajikan dalam bentuk yang berbeda dari laporan atau hasil penelitian sebelumnya.

Untuk menunjang hasil wawancara dan observasi, peneliti juga akan melakukan studi dokumentasi berupa laporan yang berkenaan dengan penyusunan strategi *special event*, pemberitaan di media online berkenaan event Ramadhan Smart Shopping Tangcity Mall.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Ardianto (2010: 217), analisis data merupakan proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Peneliti melakukan analisis melalui pemaksanaan atau proses interpretasi terhadap data-data yang telah diperoleh. Analisis yang dimaksud merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil wawancara dan dokumentasi untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang persoalan yang diteliti. Menurut Kriyantono (2009: 194), tahap analisis data memegang peran penting dalam riset kualitatif yaitu sebagai faktor utama penilaian kualitas penelitian.

Dalam penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis data menurut Miles dan Huberman. Model ini memiliki tiga komponen dalam melakukan analisis data yaitu:

1. Reduksi

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan akhirnya

dapat ditarik dan diverifikasi. Reduksi data dalam penelitian kualitatif berlangsung secara simultan selama proses pengumpulan data berlangsung. Selama pengumpulan data berlangsung, terjadilah tahapan reduksi selanjutnya (membuat rangkuman, tema-tema, gugus-gugus, pemisahan, dan menulis memo).

## 2. Model data (*data display*)

Penyajian data ialah proses pengorganisasian untuk memudahkan data untuk dianalisis dan disimpulkan. *Data display* merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Proses ini dilakukan dengan cara membuat matrik, diagram dan bagan sehingga peneliti dapat memetakan semua data yang ditemukan dengan lebih sistematis.

## 3. Penarikan / verifikasi kesimpulan

Dari awal permulaan pengumpulan data, peneliti mulai memutuskan makna yang terkandung dalam penelitian, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi yang membentuk sebuah kesimpulan awal dimana kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah. Kesimpulan yang ditarik

dalam penelitian berupa deskripsi atau gambaran suatu objek dan memiliki hubungan kausal.

### 3.8 Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber. Triangulasi dengan sumber ditempuh dengan jalan sebagai berikut:

- a. Membandingkan data 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 sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan. (Moleong, 1991: 17)

UMMN