



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 Metode penelitian

Dijelaskan oleh Nyoman Kutha Ratna dalam Andi Prastowo bahwa metode adalah cara-cara, strategi untuk memahami realitas, dan langkah-langkah yang sistematis untuk memecahkan rangkaian sebab akibat berikutnya (Prastowo, 2011 : 83). Sugiyono menerangkan bahwa,

Metode penelitian adalah sebuah metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen). Di dalam metode penelitian, peneliti berfungsi sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (teknik gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2007 : 1).

Menurut Norman K. Denzin dan Yvonna S.Lincoln, terdapat tiga jenis kajian studi kasus, yaitu :

Pertama, studi kasus intrinsik. Jenis ini ditempuh oleh peneliti yang ingin lebih memahami sebuah kasus tertentu. Jenis ini ditempuh bukan karena suatu kasus mewakili kasus-kasus lain atau karena menggambarkan sifat atau problem tertentu, namun karena, dalam seluruh aspek kekhususan dan kesederhanaannya, kasus itu sendiri menarik minat.

Kedua, studi kasus instrumental. Jenis ini digunakan untuk meneliti suatu kasus tertentu agar tersaji sebuah perspektif tentang isu atau perbaikan suatu teori.

Dalam hal ini kasus tidak menjadi minat utama, kasus memainkan peran suportif, yang memudahkan pemahaman kita tentang sesuatu yang lain.

Ketiga, studi kasus kolektif. Jenis ini digunakan jika seorang peneliti merasa kurang tertarik mengkaji satu kasus tertentu, dia dapat meneliti sejumlah kasus secara bersamaan agar bisa meneliti fenomena, populasi, dan kondisi umum. (Denzin dan Lincoln, 2009 : 301)

Tanggungjawab konseptual terpenting bagi seorang peneliti kualitatif yang menggunakan pendekatan studi kasus adalah membingkai kasus dan mengonseptualisasikan objek penelitian, memilih fenomena (gejala), menentukan tema-tema atau isu-isu yang menjadi fokus pertanyaan riset, melacak pola-pola data untuk memperkaya isu-isu dalam penelitian, menggunakan teknik triangulasi untuk hasil-hasil observasi penting dan landasan interpretasi, menghadirkan beberapa alternatif penafsiran, dan merumuskan pernyataan sikap atau generalisasi tentang kasus.

Studi kasus adalah bagian dari metode ilmiah. Namun tujuannya bukan hanya untuk kepentingan pengembangan ilmu pengetahuan semata. Mengingat bahwa satu kasus tunggal atau sejumlah kecil kasus itu tidak bisa mewakili jumlah populasi yang besar dan kurang memiliki landasan teoritis bagi tahap generalisasi yang mapan, satu kasus tunggal yang menyimpang itu secara otomatis bertolak belakang dengan prinsip generalisasi yang diharapkan. Kelebihan studi kasus terletak pada perbaikan teori (*refining theory*) dan kompleksitas isu yang ditawarkan yang bisa menjadi bahan penelitian pada masa depan, sekaligus

sebagai bukti dari keterbatasan prinsip generalizabilitas (sifat dapat di generalisasi).

Tujuan dari studi kasus bukanlah untuk mewakili dunia, namun untuk mewakili suatu kasus. Syarat melakukan suatu riset yang dituntut dengan prinsip validitas generalisasi memerlukan proses modifikasi agar selaras dengan pelacakan partikulasi suatu kasus secara efektif. Manfaat dan kegunaan studi kasus bagi para praktisi dan pembuat kebijakan terletak pada aspek perluasan pengalamannya. Dengan demikian, secara garis besar, metode studi kasus adalah metode penelitian pribadi dan kajian tentang pengalaman personal yang unik.

Studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* dan *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

Penelitian berjudul strategi komunikasi pemasaran dalam memperkuat *brand positioning* Smartfren yang dilakukan penulis termasuk dalam metode penelitian studi kasus dikarenakan mencakup ciri-ciri metode studi kasus seperti yang diungkapkan oleh Andi Prastowo dalam bukunya yaitu:

- 1) Penyelidikan terhadap kasus dilakukan secara intensif dan mendetail sehingga pada umumnya menghasilkan gambaran yang longitudinal.
- 2) Subjek yang diselidiki terdiri atas satu unit yang dipandang sebagai kasus.

- 3) Diperlihatkannya kebulatan dan keseluruhan kasus, termasuk (bila diperlukan) kebulatan siklus hidup kasus dan keseluruhan interaksi faktor-faktor dalam kasus itu.
- 4) Hasil penelitiannya adalah suatu generalisasi dari pola-pola kasus yang tipikal dari individu, kelompok, lembaga, dan sebagainya.
- 5) Studi kasus lebih menekankan menyelidiki variabel yang cukup banyak pada jumlah unit yang kecil.
- 6) Studi kasus cenderung menghasilkan kesimpulan dari situasi kekhususan yang dapat atau tidak dapat diterapkan pada situasi yang lebih umum.
- 7) Studi kasus menghasilkan penelitian yang bersifat khusus, tidak dapat dibuat rampadan (generalisasi). Jika mau membuat generalisasi, harus menggunakan sampel yang lebih besar (Prastowo, 2011 : 187-188).

3.2 Paradigma Post Positivisme

Dalam penjelasan Bogdan dan Biklen dalam Andi Prastowo bahwa “paradigma dimaknai sebagai kumpulan longgar tentang asumsi yang secara logis dianut bersama, konsep, atau proposi yang mengarahkan cara berpikir dan cara penelitian” (Prastowo, 2011 : 36).

Paradigma penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah post positivisme. Paradigma post positivisme berdasarkan ontologi adalah relaisme

kritis. Realitas diasumsikan ada, namun tidak bisa dipahami secara sempurna karena pada dasarnya mekanisme intelektual manusia memiliki kekurangan sedangkan fenomena itu sendiri fundamental memiliki sifat yang tak mudah diatur. Ontologi disebut juga realisme kritis karena sikap para pendukungnya bahwa klaim tentang realitas harus tunduk pada pengujian kritis yang seluas-luasnya guna memudahkan dalam memahami realitas sedekat-dekatnya (namun tidak pernah secara sempurna).

Paradigma post positivisme berdasarkan epistemologi adalah dualisme/objektif yang dimodifikasi. Dualisme sudah banyak ditinggalkan karena tidak mungkin lagi untuk dipertahankan, sedangkan objektivitas tetap menjadi “cita-cita pemandu”; penekanan khusus diberikan kepada “pengawal” eksternal objektivitas seperti tradisi-tradisi kritis (Apakah hasil-hasil penelitian “sesuai” dengan ilmu pengetahuan yang ada sebelumnya) dan komunitas kritis (seperti editor, juri, rekan-rekan profesional). Hasil penelitian yang dapat diulang besar kemungkinan benar (namun selalu tunduk pada falsifikasi).

Paradigma post positivisme berdasarkan metodologi adalah eksperimental/manipulatif yang dimodifikasi. Penekanan diberikan pada “keragaman kritis” (sebuah versi baru triangulasi) sebagai satu cara memfasilitasi (bukan verifikasi) hipotesis. Metodologinya bertujuan untuk memecahkan sebagian persoalan yang dipaparkan di muka (kritik-kritik intraparadigma) dengan melakukan penelitian dalam *setting* yang alami, mengumpulkan informasi yang lebih situasional, dan mengenalkan kembali penemuan sebagai satu elemen dalam penelitian, dan, terutama dalam ilmu-ilmu sosial, memunculkan sudut pandang

emik untuk membantu menentukan makna dan tujuan yang dilekatkan manusia kepada tindakan-tindakan mereka, di samping memberikan sumbangsih bagi “teori grounded” (Glaser & Strauss & Corbin, 1990). Semua tujuan ini dicapai sebagian besar melalui pemanfaatan teknik-teknik kualitatif yang makin meningkat.

3.3 Objek Kajian

Secara lebih spesifik, objek penelitian pada penelitian ini adalah Smartfren. Untuk mendapatkan informasi mengenai objek penelitian, maka dibutuhkan informan. Informan adalah “orang dalam” pada latar penelitian. Lexy J. Moleong mengatakan “informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar (lokasi atau tempat) penelitian” (Moleong, 2006 : 132). Jadi syaratnya, ia harus mempunyai banyak pengalaman tentang lokasi penelitian. Sedangkan kewajibannya adalah secara sukarela menjadi anggota tim dengan kebaikannya dan dengan kesukarelaannya, ia dapat memberikan pandangan dari segi “orang dalam” tentang nilai-nilai, sikap, bangunan, proses, dan kebudayaan yang menjadi latar (lokasi) penelitian tersebut. Sedangkan *key informan* menurut Maleong adalah “mereka tidak hanya bisa memberikan keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa memberikan saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber bersangkutan” (Moleong, 2004).

Beberapa orang yang menjadi *informan* dalam penelitian ini, diantaranya yaitu

:

a) *Brand Activation and Event Specialist* Smartfren : Rachdian Arizi

Alasannya Rachdian Arizi dijadikan narasumber karena *BTL Marketing Support Specialist* memiliki peran mendukung *General Manager of Branding and Trade Marketing Event* dalam penyelenggaraan *roadshow* baik dalam proses perencanaan maupun implementasi di lapangan.

b) *Head Brand & Corporate Marketing Communication* Smartfren : Roberto Saputera

Alasannya Roberto Saputera dijadikan sebagai narasumber karena *Head Brand & Corporate Marketing Communication* memiliki informasi-informasi yang berhubungan dengan peran *marketing communication* serta strategi-strategi yang digunakan dalam memperkuat *brand positioning* Smartfren melalui *roadshow* Petualangan Kwik.

Dikaitkan dengan penelitian, untuk menjadi *key informan* tidak hanya sekedar terlibat, tetapi juga harus menguasai kegiatan komunikasi pemasaran Smartfren berkaitan dengan Petualangan Kwik. *Key informan* dalam penelitian ini, yaitu :

a) *Senior Consultant* dm.id holland : Galih Rangha

Alasan Galih Rangha dijadikan narasumber karena dalam penelitian ini diperlukan sudut pandang pihak eksternal yang paham mengenai strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan Smartfren. Sudut pandang ini digunakan untuk keabsahan data penelitian yang dilakukan penulis.

3.4 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Norman K. Denzin dan Yvonna S. Lincoln mengatakan dalam bukunya bahwa penelitian kualitatif merupakan fokus perhatian dengan beragam metode, yang mencakup pendekatan interpretif dan naturalistik terhadap subjek kajiannya. Hal ini berarti bahwa para peneliti kualitatif mempelajari benda-benda di dalam konteks alamianya, yang berupaya untuk memahaminya, atau menafsirkan, fenomena dilihat dari sisi makna yang dilekatkan manusia (peneliti) kepadanya. Penelitian kualitatif mencakup penggunaan subjek yang dikaji dan kumpulan berbagai data empiris-studi kasus, pengalaman pribadi, introspeksi, perjalanan hidup, wawancara, teks-teks hasil pengamatan, historis, interaksional, dan visual yang menggambarkan saat-saat dan makna keseharian dan problematis dalam kehidupan seseorang (Denzin dan Lincoln, 2009 : 2).

Menurut Boygan dan Taylor dalam Andi Prastowo bahwa “metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif kualitatif berupa kata-kata tertulis dan lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati” (Prastowo, 2011 : 22). Menurut Andi Prastowo, penelitian kualitatif tidak dimaksudkan untuk mengadakan perhitungan secara kuantitas. “Hal ini berbeda dengan pengamatan pada penelitian kuantitatif yang pengamatannya berdasarkan perhitungan persentase, rata-rata, *chi square*, dan berbagai perhitungan statistik lainnya” (Prastowo, 2011 : 21).

Dari uraian diatas, penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dikarenakan penelitian yang dilakukan digunakan untuk mengkaji atau meneliti Petualangan Kwik tanpa ada manipulasi di dalamnya dan tanpa ada pengujian hipotesis, dan hasil penelitian yang diharapkan bukanlah generalisasi berdasarkan ukuran-ukuran kuantitas, namun makna (segi kualitas) dari fenomena Petualangan Kwik yang diamati.

Para peneliti kualitatif menekankan sifat realita yang terbangun secara sosial, hubungan erat antara peneliti dengan subjek yang diteliti, dan tekanan situasi yang membentuk penyelidikan. Para peneliti semacam ini mementingkan sifat penyelidikan yang sarat nilai. Mereka mencari jawaban atas pertanyaan-pertanyaan yang menyoroti cara munculnya pengalaman sosial sekaligus perolehan maknanya.

Penelitian ini tergolong dalam jenis penelitian kualitatif sesuai dengan apa yang dikatakan Christine Daymon dan Tommy Holloway bahwa terdapat beberapa karakteristik dari penelitian kualitatif, diantaranya adalah :

- 1) *Word*. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada kata-kata daripada angka-angka, walaupun terkadang angka muncul untuk mengidentifikasi munculnya topik tertentu dalam transkrip atau bentuk tindakan tertentu.
- 2) *Researcher involvement*. “Instrumen” penelitian inti dalam penelitian kualitatif adalah peneliti sendiri yang secara intens berinteraksi dengan subyek yang ditelitinya. Hal ini membedakan dengan

penelitian kuantitatif dimana peneliti berjarak dengan responden penelitian, karena digunakannya metode *survey* atau *interview* berstruktur.

- 3) *Participants viewpoints*. Keinginan untuk mengekspolarasi dan menampilkan perspektif subyektif erat asosiasinya dengan penelitian kualitatif. Posisi istimewa dan subyektivitas juga dapat dilihat dari interpretasi data yang sangat dipengaruhi oleh latar belakang peneliti dan keterlibatannya dengan narasumber dalam penelitiannya.
- 4) *Small-scale studies*. Penelitian kualitatif menaruh perhatian pada eksplorasi mendalam untuk menyediakan deskripsi mendalam terperinci dan holistik, karena itu jumlah sample yang kecil adalah wajar.
- 5) *Holistic focus*. Penelitian kualitatif pada rentang yang luas dari aktivitas yang saling berhubungan, pengalaman, kepercayaan dan nilai yang dianut dari masyarakat dimana mereka berada.
- 6) *Flexible*. Walaupun peneliti memiliki topik dan agenda yang menjadi dasar bagi penelitian yang dilakukan, mereka memiliki komitmen untuk mengeksplor temuan baru dan tak terduga yang muncul ketika narasumber mengungkapkan pemahaman dan kepentingannya. (Daymon dan Holloway, 2001 : 5-6).

Pertimbangan digunakannya metode kualitatif dalam penelitian adalah : pertama, metode kualitatif lebih mudah menyesuaikan kebutuhan bila berhadapan

dengan kenyataan ganda; kedua, metode ini menyampaikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden; ketiga, metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola yang dihadapi.

Penelitian kualitatif, menurut Lexy J. Moleong berakar pada latar alamiah sebagai keutuhan, mengandalkan manusia sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengadakan analisis data secara induktif, mengarahkan sasaran penelitiannya pada usaha menemukan teori-teori dasar, bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses daripada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data, rancangan penelitiannya bersifat sederhana, dan hasil penelitiannya disepakati oleh kedua belah pihak peneliti dan subjek penelitian. (Moleong, 2001 : 27).

Menurut Nazir dalam Andi Prastowo, “metode deskriptif adalah suatu metode yang digunakan untuk meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang” . Oleh Suharsimi Arikunto ditegaskan bahwa “penelitian deskriptif tidak dimaksudkan untuk menguji hipotesis tertentu, tetapi hanya menggambarkan “apa adanya” tentang suatu variabel, gejala, atau keadaan”. (Prastowo, 2011 : 186)

Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Hal tersebut dikarenakan penulis meneliti dan menggambarkan bagaimana *marketing communication* berperan penting terhadap *brand positioning* suatu perusahaan, khususnya dari penelitian Petualangan Kwik yang dilakukan oleh PT Smartfren Telecom.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Tujuan riset adalah data. Data merupakan sejumlah informasi yang dapat memberikan gambaran tentang suatu keadaan. Metode pengumpulan data menunjukkan cara-cara yang dapat ditempuh untuk memperoleh data yang dibutuhkan. Menurut Sugiyono dalam Andi Prastowo, “teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian karena tujuan utama peneliti adalah mendapatkan data” (Prastowo, 2011 : 208).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti sendirilah yang menjadi instrumen utama yang terjun ke lapangan serta berusaha sendiri mengumpulkan informasi melalui pengalaman atau wawancara. Wawancara yang dilakukan sering bersifat terbuka dan tidak berstruktur. Peneliti mengamati apa adanya dalam kenyataan.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1) Data Primer

Peneliti menggunakan data primer melalui wawancara. Lexy J.Moleong mengatakan bahwa “wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (interviewer) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (interviewee)” (Moleong, 2004 : 135). Sukses tidaknya pelaksanaan wawancara bergantung sekali dari proses interaksi yang terjadi. Wawasan dan

pengertian adalah satu elemen yang paling penting dari proses interaksi yang terjadi. Menurut Sugiyono dalam Andi Prastowo,

“Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Atau dengan kata lain, pengertian wawancara adalah suatu metode pengumpulan data yang berupa pertemuan dua orang atau lebih secara langsung untuk bertukar informasi dan ide dengan tanya jawab secara lisan sehingga dapat dibangun makna dalam suatu topik tertentu” (Prastowo, 2010 : 212).

2) Data Sekunder

Penelitian ini menggunakan data sekunder melalui telaah dokumen. Menurut Pohan, telaah dokumen adalah cara pengumpulan informasi yang didapatkan dari dokumen, yakni peninggalan tertulis, arsip-arsip, akta ijazah, rapor, peraturan perundang-undangan, buku harian, surat-surat pribadi, catatan biografi, dan lain-lain yang memiliki keterkaitan dengan masalah yang diteliti. Menurut Sugiyono dalam Andi Prastowo, “dokumen adalah catatan peristiwa yang sudah berlalu” (Prastowo, 2011 : 226).

Data lain yang digunakan adalah sumber-sumber berupa dokumen resmi yang dimiliki perusahaan baik itu berupa buku petunjuk, brosur, dokumen berisi arsip-arsip perusahaan. Penulis juga akan memanfaatkan dokumen-dokumen resmi, baik dokumen internal maupun dokumen eksternal. Dokumen internal merupakan aturan perusahaan yang digunakan untuk kalangan sendiri. Sedangkan dokumen eksternal merupakan bahan-bahan informasi yang dibuat oleh perusahaan untuk dibagikan pada kalangan eksternal.

3.6 Teknik Analisis Data

Triangulasi pada hakikatnya merupakan pendekatan multimetode yang dilakukan peneliti pada saat mengumpulkan dan menganalisis data. Triangulasi ialah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Norman K. Denzin mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda. Sampai saat ini, konsep Denzin ini dipakai oleh para peneliti kualitatif di berbagai bidang. Menurutnya, triangulasi meliputi empat hal, yaitu: (1) triangulasi metode, (2) triangulasi antar-peneliti (jika penelitian dilakukan dengan kelompok), (3) triangulasi sumber data, dan (4) triangulasi teori.

Penelitian ini menggunakan triangulasi metode yang dilakukan dengan cara membandingkan informasi atau data dengan cara yang berdeda. Sebagaimana dikenal, dalam penelitian kualitatif peneliti menggunakan metode wawancara. Untuk memperoleh kebenaran informasi yang handal dan gambaran yang utuh mengenai topik penelitian, peneliti menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Triangulasi metode dilakukan dikarenakan data atau informasi yang diperoleh dari informan penelitian diragukan kebenarannya.

Riset kualitatif pada awalnya bersifat induktif. Selanjutnya, proses riset kualitatif menjadi deduktif karena, sejalan dengan kemajuan riset, penulis mengembangkan proposisi-proposisi penelitian dan gagasan-gagasan yang diujikan pada tahap pengumpulan serta analisis data selanjutnya.

Analisis data tidak dimulai ketika pengumpulan data telah selesai, tetapi sesungguhnya berlangsung sepanjang riset dikerjakan. Menurut Christine Daymon dan Immy Holloway yang diterjemahkan Wiratama (Wiratama, 2008 : 369) ada beberapa anjuran untuk melakukan proses analisis, yaitu :

- 1) Pengaturan data. Sebelum mulai menganalisis bukti-bukti, adalah penting untuk memastikan bahwa semua telah tercatat dan diberi label dengan sistematis. Hal ini membantu data peneliti tetap utuh, lengkap, teratur, dan bisa dilacak / dipanggil.
- 2) Melakukan koding dan kategorisasi. Koding merupakan langkah pertama untuk mengembangkan kategori, pola, dan konsep peneliti. Koding menginformasikan keputusan-keputusan yang peneliti buat mengenai apa yang sebaiknya disimpan, bagaimana memilah-milah materi, dan bagaimana kejadian seperti aktivitas atau percakapan berhubungan dengan data lain yang telah dikodekan.
- 3) Mencari pola dan proposisi penelitian. Setelah data peneliti terpisah-pisah, tahap selanjutnya mengharuskan peneliti menyatukan data tersebut menjadi lebih stabil, rapi, dan logis, sehingga peneliti membuatnya jadi masuk akal, dan memfokuskan kembali pekerjaan lapangan berikutnya pada pertanyaan utama riset.

Proses analisis data dalam penelitian ini adalah pertama, memilah-milah data primer dan sekunder yang didapatkan menjadi data yang lebih teratur. Selanjutnya menyusun dan merangkum data-data tersebut menjadi lebih teratur. Kedua, mencari makna dan pemahaman dari kata-kata dan tindakan para subyek penelitian dengan memunculkan konsep dan teori yang menjelaskan temuan peneliti. Ketiga, mengkomunikasikan makna temuan penulis melalui laporan tertulis.

3.7 Fokus Penelitian

Karena keterbatasan peneliti dalam hal waktu, tenaga dan biaya, serta untuk menjaga agar penelitian lebih terarah dan fokus maka diperlukan adanya fokus penelitian, maka penelitian difokuskan pada strategi komunikasi pemasaran melalui *special event* Petualangan Kwik Smartfren dalam memperkuat *brand positioning*.

Secara spesifik masalah-masalah dalam penelitian akan difokuskan pada :

1. Penyusunan strategi komunikasi pemasaran Smartfren berdasarkan model komunikasi Chris Fill.
2. Perumusan strategi *brand positioning* Smartfren.
3. Penerapan model komunikasi Wilbur Schramm dalam penyusunan strategi komunikasi pemasaran dan perumusan strategi *brand positioning* Smartfren