



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 penelitian digunakan untuk menyaksikan dunia yang diibaratkan sebagai sebuah jendela. Jendela ini menjadi acuan bagi peneliti untuk mengerti dan mampu menginterpretasikan kasus yang ada secara objektif berdasarkan jendela yang dijadikan sebagai acuan, atau berdasarkan acuan yang terdapat dalam paradigma tersebut yang meliputi konsep, asumsi, dan kategori. Paradigma digunakan untuk membantu mengakselerasi penelitian secara terarah (Ardial, 2014, h.157).

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme. Paradigma ini tidak menekankan sebab akibat melainkan menekankan bahwa adanya probabilitas terhadap semua sebab akibat yang bisa terjadi dan tidak bisa terjadi. Penelitian yang dilakukan dilihat sebagai langkah-langkah yang terjadi secara logis, adanya berbagai macam perspektif dari satu realita, dan melakukan pengumpulan data secara terperinci (Creswell, 2014, h. 31).

Penelitian ini menggunakan paradigma post positivisme untuk memahami strategi *branding* PT Toffin Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk meneliti “Analisis Strategi *Branding* PT Toffin Indonesia Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*” merupakan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif mencakup berbagai jenis pendekatan dalam penelitian yang cenderung lebih fokus pada kualitas daripada kuantitas (Bazeley, 2013, h.3).

Sifat penelitian “Analisis Strategi *Branding* PT Toffin Indonesia Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*” bersifat deskriptif. Suatu penelitian hanya menjelaskan suatu objek secara sistematis dan sebagaimana adanya. Dengan menggunakan sifat penelitian deskriptif, penelitian dilakukan untuk mendeskripsikan fenomena yang sedang terjadi pada masa tersebut (Sandjaja, 2006, h.57). Pada penelitian ini, peneliti akan berusaha untuk mendeskripsikan secara menyeluruh, mulai dari penyusunan data, menganalisis data, hingga menginterpretasi data sehingga akan mendapatkan hasil penelitian yang maksimal mengenai strategi *branding* PT Toffin Indonesia dalam menciptakan *brand awareness*.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian metodologi merupakan sebuah pendekatan secara umum yang dapat digunakan untuk mengelaborasi topik penelitian. Metodologi merupakan sebuah proses, prinsip, dan prosedur yang bisa digunakan untuk mencari jawaban melalui pendekatan masalah (Mulyana, 2013, h.145).

Metode penelitian yang digunakan untuk penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin, metode studi kasus digunakan ketika pertanyaan penelitian lebih mengarah pada pencarian suatu penjelasan mengenai situasi tertentu. Seperti misalnya bagaimana atau mengapa fenomena sosial terjadi, maka semakin relevan studi kasus untuk digunakan beserta dengan pertanyaan-pertanyaan yang membutuhkan deskripsi ekstensif terhadap fenomena (Yin, 2018, h. 3).

Dengan penggunaan metode studi kasus dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk menganalisis strategi *branding* PT Toffin Indonesia dalam meningkatkan *brand awareness* dan menyediakan pengertian yang menyeluruh mengenai bagaimana strategi *branding* dilakukan.

3.4 Partisipan dan Informan

Terdapat dua klasifikasi sumber informasi menurut Robert K. Yin, yaitu partisipan dan informan (Yin, 2018, h. 321&322). Partisipan merupakan seseorang yang dapat memberikan data studi kasus melalui wawancara. Informan merupakan seorang partisipan studi kasus yang menyediakan informasi kritis mengenai suatu kasus dan seseorang yang bisa memberi saran atas sumber lainnya.

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki dua partisipan. Partisipan pertama adalah Ario Fajar, selaku *Head of Marketing* PT Toffin Indonesia. Partisipan kedua untuk penelitian ini adalah Aulia Haryadi, selaku *Public*

Relations Officer PT Toffin Indonesia yang berfungsi sebagai *marketing communication* juga *corporate communication* PT Toffin Indonesia.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, terdapat dua sumber informasi yang bisa dijadikan teknik pengumpulan data. Sumber informasi tersebut adalah data primer dan data sekunder. Menurut Stacks, data primer merupakan data asli yang didapatkan secara langsung dari informan atau narasumber. Sementara, data sekunder merupakan laporan temuan dari data primer dan dapat membantu memperkuat latar belakang yang sudah ada (Stacks, 2010, h. 143).

Untuk data primer, peneliti akan melakukan *in-depth interview*. *In-depth interview* biasanya akan berlangsung cukup lama diikuti dengan berbagai macam pertanyaan, dengan melakukan *in-depth interview* seseorang bisa mendapatkan data terperinci dan memahami informan yang diwawancarai (Stacks, 2010, h. 173-174). Wawancara akan dilakukan dengan *key* informan dan informan yang telah ditentukan.

Untuk data sekunder yang dapat memperkuat latar belakang data primer, peneliti menggunakan studi dokumen dengan mengumpulkan *screenshot* aktivitas *public relations* PT Toffin Indonesia yang dilakukan secara *online*.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dibagi oleh empat kategori oleh Robert K. Yin, (Yin, 2018, h. 47-52) yaitu:

- a. *Construct validity*: mengidentifikasi perhitungan operasional yang tepat terhadap konsep yang dipelajari. Peneliti harus bisa mendefinisikan perubahan yang terjadi dengan konsep-konsep yang tepat dan menghubungkan mereka pada studi objektif dan mengidentifikasi apakah studi-studi yang sudah dipublikasikan cocok dengan konsep.
- b. *Internal validity*: ditujukan untuk membangun hubungan dalam kondisi tertentu yang dipercaya dapat menuju kepada kondisi yang berbeda. *Internal validity* lebih kepada studi kasus eksplanatif ketika seorang peneliti mencoba menjelaskan bagaimana dan mengapa suatu fenomena memengaruhi fenomena atau hal lain.
- c. *External validity*: menunjukkan bagaimana penemuan studi kasus bisa digeneralisasikan. Caranya dengan menggunakan pertanyaan penelitian yang dapat membantu menemukan generalisasi.
- d. *Reliability*: mendemonstrasikan koleksi data yang bisa diulang dengan hasil yang sama. Tujuan dari metode ini adalah untuk meminimalisir kesalahan atau bias pada sebuah studi, atau studi sebelumnya yang sudah pernah diteliti.

Peneliti menggunakan *construct validity* untuk mencocokkan dan menghubungkan studi objektif dengan konsep yang ada.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Robert K. Yin, terdapat empat teknik analisis data yang dapat digunakan untuk studi kasus tunggal (Yin, 2018, h. 193-213) yaitu:

a. *Pattern matching*

Pattern matching fokus kepada proses mengenai bagaimana pola dibuat sebelum pengumpulan data, lalu dicocokkan pada pola yang telah dibuat.

b. *Explanation building*

Dilakukan dengan menganalisis data studi kasus dengan membuat sebuah penjelasan mengenai kasus.

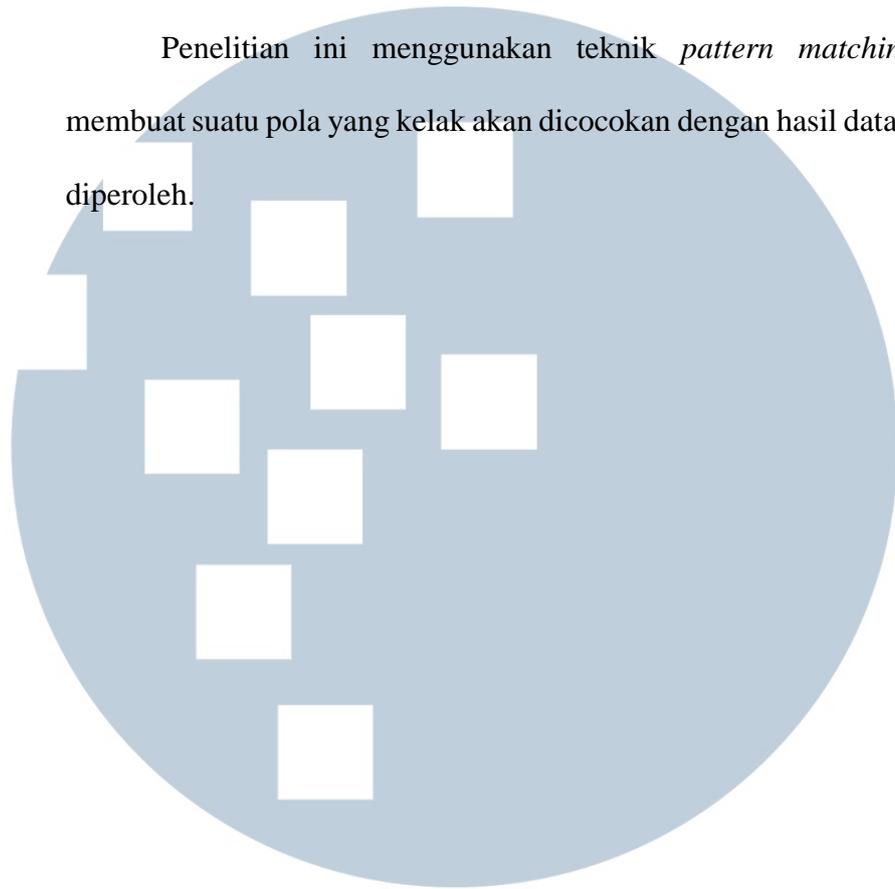
c. *Time-Series Analysis*

Dilakukan dengan membuat analisis seri waktu, sejalan dengan analisis seri waktu yang digunakan dalam psikologi. Fondasi yang kuat dari analisis ini adalah untuk menciptakan pola waktu yang presisi.

d. *Logic models*

Digunakan untuk mengoperasionalkan suatu fenomena kompleks dalam waktu yang cenderung lebih lama dan menunjukkan bagaimana kompleksnya suatu fenomena.

Penelitian ini menggunakan teknik *pattern matching* dengan membuat suatu pola yang kelak akan dicocokkan dengan hasil data yang telah diperoleh.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA