



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 menurut Wibowo (2013, p.165) merupakan suatu kepercayaan atau prinsip dasar yang ada dalam diri seseorang tentang pandangan dunia dan membentuk cara pandangnya terhadap dunia. Menurut Alwasilah (2017, p. 36) dalam metodologi penelitian, paradigma merujuk pada seperangkat pranata kepercayaan bersama metode-metode yang menyertainya, maka dari itu paradigma merupakan distilasi atau esensi yang menjadi kepercayaan kita perihal dunia dan alam. Alwasilah (2017, p. 36) juga menjelaskan bahwa ada seperangkat asumsi, teori, konsep, dan proposisi yang berkaitan secara logis yang mengorientasikan seorang peneliti.

Paradigma yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah *post-positivisme*. *Post-positivisme* atau fenomenologi menurut Ruslan (2017, p. 218) merupakan pandangan berfikir yang berfokus kepada pengalaman subjektif dan interpretasi. Menurut Moleong dalam Ruslan (2017, p. 218) *post-positivisme* atau fenomenologi berkaitan dengan interaksi simbolik, kebudayaan dan etnometodologi sebagai penunjang latar belakang dari bentuk penelitian kualitatif.

3.2. JENIS DAN SIFAT PENELITIAN

Jenis dari penelitian adalah penelitian kualitatif. Menurut Kurnia (2010, p.5) Riset kualitatif merupakan kajian berbagai studi dan kumpulan berbagai jenis materi empiris, seperti studi kasus, pengalaman personal, pengakuan introspektif, kisah hidup, wawancara, artifak, berbagai teks, dan produksi kultural, pengamatan, sejarah, interaksional dan berbagai teks visual. Menurut Strauss dan Corbin dalam Sujarweni (2018, p. 19) menyebutkan bahwa kualitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran.

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Sujarweni (2018, p.19) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa ucapan atau tulisan dan perilaku orang-orang yang diamati. Menurut Creswell dalam Kurnia (2010, p.1) mengatakan bahwa riset kualitatif mengandung pengertian adanya upaya penggalian dan pemahaman, pemaknaan terhadap apa yang terjadi pada berbagai individu atau kelompok yang berasal dari persoalan sosial atau kemanusiaan.

Menurut Gorman dan Clayton dalam Kurnia (2010, p.49) yaitu penelitian kualitatif memproses pencarian gambar data dari konteks kejadiannya langsung, sebagai upaya melukiskan peristiwa sepersis kenyataannya yang berarti membuat kejadiannya seperti merekat dan melibatkan peneliti yang partisipasi di dalam kejadiannya, serta menggunakan penginduksian dalam menjelaskan

gambaran fenomena yang diamati. Adapula batasan-batasan dalam penelitian kualitatif.

Batasan-batasan tersebut menurut Denzin dan Lincoln dalam Kurnia (2010, p.5) yaitu penelitian ini menyituasikan aktifitas pengamatan dilokasi tempat berbagai fakta, data, bukti, atau hal-hal lain yang terkait dengan riset dan atau hal-hal yang terjadi sehingga mengaitkan kerangka interpretif sebagai alat penting. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Sujarweni (2018, p.19) pendekatan kualitatif diharapkan dapat mampu menghasilkan uraian yang mendalam tentang ucapan, tulisan, dan atau perilaku yang dapat diamati dari suatu individu, kelompok, masyarakat dan organisasi tertentu dalam suatu konteks tertentu yang dikaji dari sudut pandang yang utuh, komprehensif dan holistik.

Maka dari itu, Peneliti menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian yang didasari oleh kejadian dan kenyataan yang sesungguhnya dan apa adanya meskipun memiliki batasan-batasan, sehingga diharapkan dapat memberikan penjelasan yang kuat mengenai penelitian yang akan diteliti sesuai dengan data-data yang didapatkan. Dengan begitu penelitian memiliki argumen yang kuat terhadap penelitian yang dilakukan peneliti.

Penelitian ini bersifat deskriptif, di mana peneliti bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat memberikan hasil akhir dengan gambaran yang jelas sesuai dengan fakta dan data mengenai implementasi kegiatan *Corporate Social Responsibility* PT Samsonite Indonesia dalam membangun *brand image* positif. Penelitian deskriptif menurut Sujarweni (2018, p.11) yaitu penelitian

yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel lain, selain itu variabel tersebut dapat menggambarkan secara sistematis dan akurat mengenai populasi atau mengenai bidang tertentu.

3.3. METODE PENELITIAN

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah *single case study* atau studi kasus. Sujarweni (2018, p.21-25) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif terdiri dari delapan jenis, yakni etnografi, studi kasus, studi dokumentasi atau teks, observasi atau pengamatan alami, wawancara terpusat, fenomenologi, *grounded theory*, dan studi sejarah. Ruslan (2017, p. 229) mengatakan metode riset melalui studi kasus banyak menggunakan berbagai sumber data yang dapat diteliti, menganalisis dan menjelaskan secara komprehensif dari berbagai aspek individu, kelompok, program dan organisasi yang mengalami peristiwa tertentu dan sistematis.

Studi kasus menurut Sujarweni (2018, p.22) merupakan penelitian penelitian mengenai manusia yang dapat berupa suatu kelompok, organisasi maupun individu, kemudian tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang mendalam tentang suatu kasus yang sedang diteliti. Studi kasus menurut Mulyana (2013, p.201) adalah uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, atau suatu situasi

sosial. Lincoln dan Guba dalam Mulyana (2013, p. 201) mengemukakan beberapa hal mengenai keistimewaan studi kasus, sebagai berikut:

1. Studi kasus merupakan sarana utama bagi penelitian emik, yakni menyajikan pandangan subjektif yang diteliti.
2. Studi kasus menyajikan uraian menyeluruh yang mirip dengan apa yang dialami pembaca dalam kehidupan sehari-hari.
3. Studi kasus merupakan sarana efektif untuk menunjukkan hubungan antara peneliti dan responden.
4. Studi kasus memungkinkan pembaca untuk menemukan konsistensi internal yang tidak hanya merupakan konsistensi gaya dan konsistensi factual, tetapi juga keterpercayaan.
5. Studi kasus memberi uraian tebal yang diperlukan bagi penilaian transferabilitas.

3.4. KEY INFORMAN DAN INFORMAN

Berdasarkan judul yang peneliti ambil “Implementasi Kegiatan *Corporate Social Responsible* PT Samsonite Indonesia dalam Membangun *Brand Image*”. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa pihak yang memiliki pemahaman dan pengetahuan mengenai topik yang peneliti ambil. Narasumber yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah

1. Randy Siskandar selaku *Public Relations Assistant Manager* PT Samsonite Indonesia. Peneliti memilih narasumber sebagai *key informan*

karena Randy merupakan sebagai ketua program CSR yang bertanggung jawab atas strategi dan implementasi kegiatan CSR PT Samsonite Indonesia Peduli yaitu menanam mangrove dimulai dari perencanaan program seperti menganalisis situasi dan *stakeholder*, perencanaan serta evaluasi terhadap kegiatan tersebut. Randy merupakan perwakilan dari *Public Relations* PT Samsonite Indonesia dan sebagian besar data-data yang dibutuhkan peneliti juga informasi mengenai kegiatan CSR ini akan didapatkan melalui narasumber tersebut.

2. Fransisca Denia Tamara selaku *Human Resource Coordinator* PT Samsonite Indonesia. Peneliti memilih narasumber sebagai informan karena Fransisca merupakan orang yang membantu dalam perencanaan kegiatan CSR dimulai dari pengambilan ide serta mengkoordinasi karyawan-karyawan yang akan ikut atau *volunteer* membantu menanam mangrove pada saat hari H program CSR.
3. Dr. Firman Kurniawan Sujono selaku pakar atau *expert* dibidang komunikasi perusahaan dan CSR. Peneliti memilih beliau karena beliau merupakan narasumber ahli yang memiliki banyak pengalaman diberbagai bidang komunikasi perusahaan, sehingga beliau mengetahui secara komprehensif mengenai konsep, strategi dan praktik yang ideal dalam implementasi kegiatan CSR.

U
N
I
V
E
R
S
I
T
A
S
M
U
L
T
I
M
E
D
I
A
N
U
S
A
N
T
A
R
A

3.5. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini adalah wawancara. Menurut Mulyana (2013, p. 180) wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu.

Sujarweni (2018, p. 31) menjelaskan bahwa wawancara adalah proses memperoleh penjelasan untuk mengumpulkan informasi dengan menggunakan cara tanya jawab bisa sambil bertatap muka ataupun tanpa tatap muka dengan menggunakan media telekomunikasi antara pewawancara dan orang yang diwawancarai. Wawancara dibagi menjadi dua yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam. Yunus dalam Sujarweni (2018, p. 32) mengatakan dalam wawancara terdapat dua jenis, yaitu :

1. Wawancara mendalam atau *In-depth interview* di mana peneliti terlibat langsung secara mendalam dengan kehidupan subjek yang diteliti dan tanya jawab yang dilakukan tanpa menggunakan pedoman yang disiapkan sebelumnya serta dilakukan berkali-kali.
2. Wawancara terarah atau *guided interview* di mana peneliti menanyakan kepada subyek yang diteliti berupa pertanyaan-pertanyaan yang menggunakan pedoman yang disiapkan sebelumnya. Pewawancara terikat dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya sehingga suasana menjadi kurang santai.

Jenis wawancara yang digunakan oleh peneliti adalah teknik wawancara tidak terstruktur atau wawancara mendalam. Menurut Eleanor Shaw dalam Kurnia (2010 ,p. 60), wawancara mendalam mengungkapkan kumpulan berbagai tanggapan dan perspektif dari berbagai data yang telah terkumpul. Rekaman wawancara membantu peneliti untuk melaporkan berbagai catatan yang didapat selama wawancara. Selain itu, menolong peneliti mengidentifikasi bagian-bagian dari penelitian yang ditemukan selama wawancara atau data sebelumnya.

Menurut Denzin dalam Mulyana (2013, p. 181) metode wawancara mendalam bertujuan untuk memperoleh bentuk-bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri-ciri setiap responden. Metode ini digunakan peneliti untuk mengetahui implementasi kegiatan *Corporate Social Responsible* PT Samsonite Indonesia dalam membangun *brand image*. Peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan *key informan* yang berkaitan.

Setelah data-data telah cukup terkumpul, kemudian data tersebut akan dianalisa lebih lanjut dengan beberapa teknik analisis data yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses analisis data ini dilakukan tanpa mengurangi inti sari dari data tersebut. Peneliti juga akan melakukan dokumentasi berupa video, audio dan foto mengenai data-data untuk menunjang dan relevan terhadap penelitian yang dilakukan oleh peneliti.

3.6. KEABSAHAN DATA

Dalam menguji keabsahan data, peneliti menggunakan metode triangulasi yang umumnya dipakai dalam penelitian kualitatif. Triangulasi menurut Moleong dalam Ruslan (2017, p. 219) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan pengecekan sumber lain untuk pembandingan dengan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori dalam penelitian secara kualitatif.

Menurut Ruslan (2017, p. 219) teknik triangulasi adalah sebagai upaya untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks pengumpulan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan, di mana pihak peneliti dapat melakukan *check and recheck* temuan-temuannya dengan cara membandingkan.

3.7. TEKNIK ANALISIS DATA

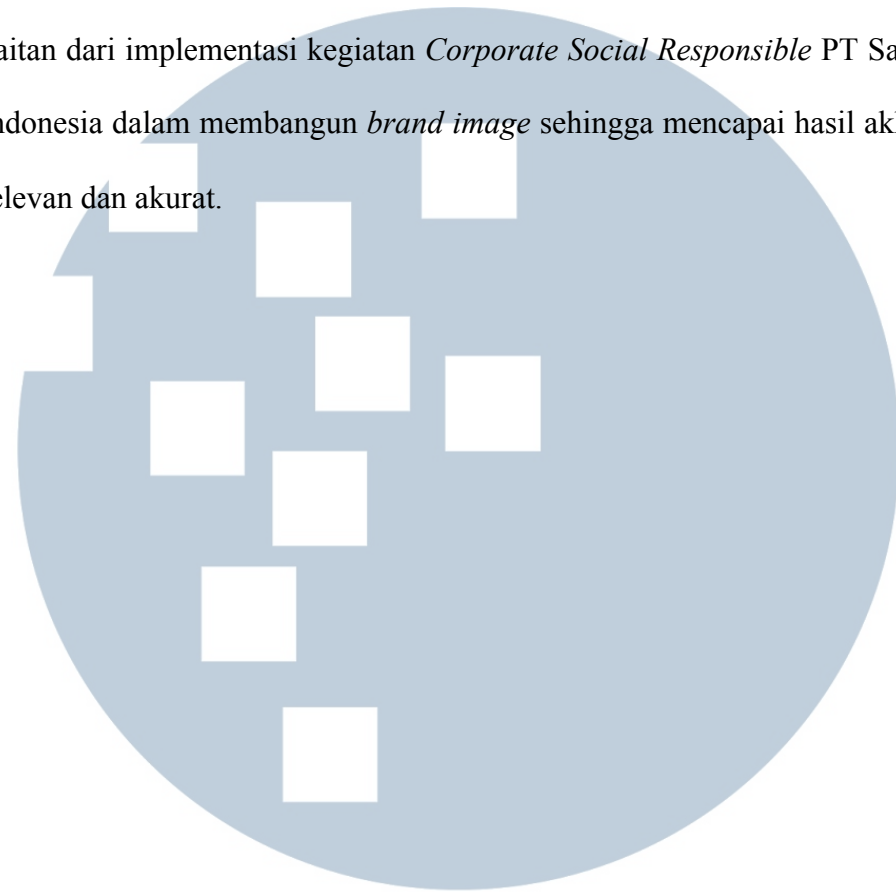
Menurut Mudjiarahardjo dalam Sujarweni (2018, p.34) analisis data adalah sebuah kegiatan mengatur, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode atau tanda dan mengkategorikannya sehingga diperoleh suatu temuan berdasarkan fokus atau masalah yang ingin dijawab. Setelah peneliti telah cukup mendapatkan data-data wawancara dan dokumentasi saat terjun langsung ke lapangan, kemudian data tersebut akan dianalisis lebih lanjut dengan beberapa teknik analisis data yang terdiri dari tiga tahap, yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Proses analisa data ini dilakukan tanpa mengurangi inti sari dari data tersebut. Teknik analisis data menurut Miles dan Faisal dalam Sujarweni (2018, p.34-36), analisis data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut:

1. Reduksi data adalah data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok, difokuskan pada hal-hal penting.
2. Penyajian data adalah data yang diperoleh dikategorikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.
3. Penyimpulan dan verifikasi merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data, data yang sudah direduksi dan disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar kuat.
4. Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

Analisis akan dilakukan dengan mengkaitkan teori-teori komunikasi pemasaran sebagai pendukung, kemudian membandingkan data-data wawancara dari *key informan* yang telah diwawancarai yaitu Randy Siskandar untuk melihat

kaitan dari implementasi kegiatan *Corporate Social Responsible* PT Samsonite Indonesia dalam membangun *brand image* sehingga mencapai hasil akhir yang relevan dan akurat.



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA