



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Sifat Penelitian**

Dalam sebuah penelitian, metode digunakan sebagai alat dalam mencapai suatu tujuan yakni untuk memecahkan suatu masalah. Pada dasarnya metode penelitian adalah cara ilmiah yang dilakukan untuk mendapatkan data yang akan digunakan untuk tujuan dan kegunaan tertentu. Cara ilmiah memiliki arti yaitu sebuah kegiatan penelitian yang didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris dan sistematis (Sugiyono, 2018, p. 28).

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif didefinisikan sebagai penelitian yang memiliki tujuan untuk memahami atau mengerti sebuah fenomena tentang apa yang sudah dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lainnya (Moeloeng, 2010, p. 26).

Sifat penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah sifat deskriptif. Penelitian yang bersifat deskriptif adalah sifat penelitian yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah yang terhubung dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik pada satu variabel atau lebih (Sugiyono, 2017, p. 11). Fokus utama pada penelitian deskriptif adalah menggambarkan peristiwa secara riil yang berkaitan dengan kondisi dalam suatu situasi. Penelitian deskriptif menghasilkan penjelasan mengenai gambaran ciri-ciri suatu gejala yang diteliti. Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif karena peneliti ingin memberikan

gambaran deskriptif mengenai strategi *Marketing Communication* pasca *rebranding* di PT. Gibby.

Penelitian deskriptif kualitatif memiliki ciri yaitu mencari teori. Ciri lain metode deskriptif kualitatif adalah memfokuskan pada observasi dan suasana alamiah. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak langsung ke lapangan untuk melakukan observasi dan wawancara sebagai pengamat. Peneliti mengamati gejala dan mencatatnya dalam buku observasi. Peneliti tidak berusaha untuk memanipulasi variabel yang didapatkan selama penelitian (Ardianto, 2016, p. 60). Penelitian ini menggunakan sifat deskriptif karena ingin memberikan gambaran deskriptif mengenai strategi *Marketing Communication* pasca *rebranding* di PT. Gibby.

Paradigma penelitian yang digunakan adalah paradigma postpositivisme. Paradigma postpositivisme memandang bahwa tidak ada satu-satunya realitas yang benar-benar objektif karena masih terdapat saling ketergantungan atau pengaruh antar individu maupun objek yang dikaji (Kriyantono, 2020, p. 38). Realitas bukanlah bersifat objektif sepenuhnya karena individu dimungkinkan memberikan pemaknaan yang berbeda dan sifat keobjektifan realitas ini tidak dipahami oleh setiap individu.

### **3.2 Metode Penelitian**

Metode studi kasus lebih relevan apabila pokok pertanyaan sebuah penelitian terhubung dengan pertanyaan mengapa dan bagaimana, bila penelitian hanya memiliki sedikit peluang untuk bisa mengontrol peristiwa yang akan diteliti (Yin, 2014, p. 1). Maka dari itu penelitian ini menggunakan metode

studi kasus pada penelitian ini karena penelitian ini bertujuan untuk membahas mengenai suatu strategi yang dijalankan oleh suatu perusahaan.

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah studi kasus. Studi kasus merupakan metode riset yang menggunakan berbagai banyak sumber data yang bisa digunakan untuk meriset, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif yang mencakup aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis (Kriyantono, 2020, p. 234). Agar mendapatkan sebuah analisis yang mendalam, dibutuhkan beberapa macam instrumen pengumpulan data, seperti wawancara mendalam, observasi partisipan, dokumentasi-dokumentasi, kuesioner (hasil survey), rekaman, bukti-bukti fisik dan lainnya.

Studi kasus mempunyai ciri-ciri sebagai berikut (Kriyantono, 2020, p. 235):

1. Unik

Studi kasus memiliki kasus yang unik, mencakup hakikat/inti/detail kasus, latar belakang historisnya, konteks kasus (ekonomi, politik, hukum dan estetika), informan atau tentang keberadaan kasus tersebut dan persoalan lain di sekitar kasus yang dipelajari

2. Partikularistik

Studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program atau fenomena tertentu yang menunjukkan masalah-masalah konkret atau praktis dalam kehidupan sehari-hari

3. Deskriptif

Hasil akhir metode ini adalah deskripsi detail dari topik yang diriset

#### 4. Heuristik

Metode studi kasus membantu khalayak memahami apa yang sedang diriset. Interpretasi baru, perspektif baru, makna baru merupakan tujuan dari studi kasus

#### 5. Induktif

Studi kasus berangkat dari fakta-fakta di lapangan, kemudian menyimpulkan ke dalam tataran konsep dan teori.

Penelitian ini menganggap tepat memakai metode studi kasus karena dalam penelitian ini mencoba untuk memahami strategi *Marketing Communication* pasca *rebranding* di PT. Gibby. Penelitian ini ingin mengetahui secara mendalam bagaimana strategi *Marketing Communication* yang telah dilakukan oleh PT. Gibby pasca *rebranding*.

### **3.3 Informan dan Partisipan**

Informan dan partisipan merupakan sumber yang diberikan kesempatan besar untuk secara aktif dapat memberikan berbagai informasi dalam konteks dialog partisipatif. Informan adalah orang yang memberikan informasi sedangkan partisipan adalah orang-orang yang terlibat dialog partisipatif bersama periset (Kriyantono, 2020, p. 50). Dengan demikian partisipan yang terpilih adalah Susanna Angraini sebagai CMO dari PT Gibby, Daniel Wijono sebagai CEO dari PT Gibby, dan Christina Harjanto sebagai CBO dari PT Gibby. Penelitian ini juga mendapatkan informasi dari informan ahli yaitu Dr. Lasmery RM Girsang, S. IP., M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bunda Mulia.

Tabel 3. 1 Tabel Informan dan Partisipan

<b>Narasumber</b>	<b>Nama dan Jabatan</b>	<b>Alasan pemilihan</b>
<b>Partisipan</b>	Susanna Angraini <i>Chief Marketing Officer</i> PT. Gibby	Narasumber mengetahui dan terlibat langsung dalam perencanaan hingga implementasi strategi <i>Marketing Communications</i> pasca <i>rebranding</i> di PT. Gibby
<b>Partisipan</b>	Daniel Wijono <i>Chief Executive Officer</i> PT. Gibby	Narasumber terlibat dengan perencanaan hingga implementasi strategi <i>Marketing Communications</i> pasca <i>rebranding</i> di PT. Gibby
<b>Partisipan</b>	Christina Harjanto <i>Chief Business Operation</i> PT. Gibby	Narasumber yang mengetahui model bisnis dan proses <i>rebranding</i> yang dilakukan oleh PT. Gibby
<b>Informan</b>	Dr. Lasmery RM Girsang, S. IP., M.Si	Informan yang memahami bidang Ilmu Komunikasi

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Bukti atau data untuk keperluan studi kasus berasal dari enam sumber yaitu, dokumentasi, rekaman arsip, wawancara, observasi langsung, observasi pemeran, dan perangkat fisik (Yin, 2014, p. 101). Namun, penggunaan enam sumber tersebut memerlukan keterampilan serta prosedur metodologis yang berbeda.

Terdapat beberapa prinsip yang harus diperhatikan dalam mengumpulkan data studi kasus. Hal tersebut mencakup penggunaan (Yin, 2014, p. 101):

1. Berbagai sumber bukti

Berbagai sumber bukti adalah kumpulan bukti dari dua atau lebih sumber namun menyatu dengan serangkaian fakta atau temuan yang sama

2. Data dasar

Data dasar merupakan kumpulan bukti yang formal yang berlainan dari laporan akhir yang bersangkutan mengenai studi kasus

3. Serangkaian bukti

Keterkaitan eksplisit yang berada diantara pertanyaan-pertanyaan yang diajukan, data yang telah terkumpul, dan konklusi-konklusi yang ditarik.

Untuk itu, penelitian ini melakukan beberapa kegiatan seperti yang disampaikan untuk mengumpulkan data (Yin, 2014, pp. 101-112).

1. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan tipe informasi yang bisa menggunakan beberapa bentuk dan menjadi objek berbagai rencana pengumpulan data yang eksplisit. Dokumen yang dipertimbangkan pada penelitian ini adalah dokumen-dokumen administratif yang berbentuk proposal, laporan, dan dokumen-dokumen intern lainnya.

Penggunaan dokumen dalam penelitian ini bertujuan untuk mendukung maupun menambahkan bukti dari sumber-sumber lain.

Dokumen bertujuan untuk membantu penverifikasian ejaan dan judul atau nama yang benar dari berbagai organisasi yang disinggung ketika wawancara berlangsung, menambah rincian spesifik lainnya guna mendukung informasi dari sumber-sumber lain, untuk membuat inferensi walaupun hanya sebagai rambu-rambu peringatan bagi penelitian selanjutnya (Yin, 2014, p. 104).

Selain itu, dokumen memainkan peran yang sangat penting dalam tahap pengumpulan data studi kasus. Sebuah penelusuran akan menjadi sistematis dengan dokumen yang relevan (Yin, 2014, p. 105). Maka dari itu, dokumen menjadi penting sekali bagi rencana pengumpulan data.

## 2. Wawancara

Penelitian ini juga menggunakan teknik wawancara untuk mengumpulkan data. Wawancara merupakan salah satu sumber informasi studi kasus yang sangat penting. Semakin besar bantuan dari seorang responden, maka akan semakin besar perannya sebagai “informan” (Yin, 2014, pp. 108-109). Informan kunci seringkali sangat penting bagi keberhasilan penelitian studi kasus.

Tipe wawancara dibagi menjadi tiga (Yin, 2014, pp. 108-110), yaitu:

### a. Wawancara *open-ended*

Tipe wawancara ini memungkinkan peneliti bisa bertanya kepada responden kunci mengenai fakta-fakta atau suatu peristiwa di samping opini responden mengenai peristiwa yang ada. Peneliti juga bisa meminta responden atau narasumber

mengambil jalan tengah untuk pendapatnya terhadap peristiwa tertentu.

b. Wawancara yang terfokus

Tipe wawancara ini merupakan wawancara yang dilakukan dengan waktu singkat misalnya satu jam. Wawancara yang terfokus bisa tetap menjadi wawancara yang *open-ended*. Wawancara jenis ini juga mengasumsikan cara percakapan namun peneliti tidak perlu mengikuti serangkaian pertanyaan-pertanyaan yang diturunkan dari protokol studi kasusnya.

c. Wawancara survei

Tipe wawancara ini memerlukan beberapa pertanyaan yang lebih terstruktur dan sejalan dengan survei. Tipe wawancara survei ini akan meliputi anjuran *sampling* seperti yang digunakan dalam survei umumnya dan hasilnya akan dianalisis dengan cara yang sama.

Penelitian ini menggunakan wawancara *open-ended* dikarenakan penelitian ini ingin mengetahui fakta-fakta dalam sebuah peristiwa. Fakta-fakta yang didapatkan tentunya akan menjadi sumber informasi yang penting untuk penelitian ini. Penelitian ini juga menggunakan angket *tape recorder* sebagai bukti wawancara.

### **3.5 Keabsahan Data**

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data untuk memeriksa keabsahan data. Triangulasi data adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

menggunakan sesuatu yang lain di luar data yang sudah dikumpulkan untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut (Moeloeng, 2010, p. 330).

Dalam penilaian keabsahan data, terdapat tiga jenis penilaian dalam penelitian studi kasus yang bersifat deskriptif (Yin, 2014, p. 38), yaitu:

a. Validitas Konstruk

Proses ini merupakan proses mengidentifikasi langkah-langkah operation yang sesuai dengan konsep, caranya yaitu dengan mengumpulkan data dari beberapa sumber, membangun rantai bukti, dan membuat laporan studi kasus yang ditinjau dari informan

b. Validitas external

Proses ini mampu menunjukkan apakah dan bagaimana temuan studi kasus dapat digeneralisasi. Proses ini dilakukan dengan mengamati bentuk pertanyaan penelitian yang diajukan dalam melakukan studi kasus karena bentuk pertanyaan dapat membantu atau menghalangi preferensi untuk mencari generalisasi

c. Reliabilitas

Proses ini dilakukan dengan menggunakan protokol studi kasus secara terperinci dan mengembangkan studi kasus berbasis data.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penilaian keabsahan data validitas kontras dengan mengumpulkan beberapa sumber, menggabungkan berbagai data yang didapatkan serta membuat laporan studi kasus.

### **3.6 Analisis Data**

Menganalisis bukti studi kasus adalah sebuah hal yang sulit. Hal ini terjadi karena strategi dan tekniknya belum teridentifikasi secara penuh di masa lalu. Setiap penelitian sebaiknya dimulai dengan strategi analisis yang umum di mana mengandung prioritas tentang apa yang akan dianalisis dan mengapa. Strategi tersebut dibagi menjadi 3 yaitu, penjadohan pola, pembuatan penjelasan, dan analisis deret waktu (Yin, 2014, p. 135).

Penelitian ini menggunakan strategi penjadohan pola. Strategi ini merupakan strategi yang paling disenangi dalam analisis studi kasus. Penggunaan logika dalam penjadohan pola dapat membandingkan pola yang didasarkan atas pengalaman dengan pola yang dideskripsikan. Jika diantara kedua pola memiliki persamaan, maka hasilnya dapat menguatkan validitas internal studi kasus yang bersangkutan (Yin, 2014, p. 140).

Studi kasus bersifat deskriptif, maka cara penjadohan pola akan relevan dengan pola variabel yang spesifik yang bisa diprediksi dan ditentukan sebelum pengumpulan datanya (Yin, 2014, p. 140).