



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

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Noor (2016, p. 32) paradigma penelitian merupakan sebuah kerangka berfikir dalam menyusun sebuah penelitian dengan memahami fenomena yang ada yang dikaitkan dengan fakta kehidupan sosial dan perlakuan penelitian terhadap ilmu atau teori. Sedangkan menurut Sarantakos dalam Manzilati (2017, p. 1) paradigma merupakan sejumlah preposisi yang menjelaskan bagaimana dunia dihayati, dipandang, suatu cara memecahkan kompleksitas, menjelaskan yang penting dan masuk akal.

Pada penelitian ini paradigma yang digunakan merupakan paradigma *post-positivisme*. Manzilati (2017, p. 20) menjelaskan bahwa paradigma *post-positivisme* adalah pencarian makna dibalik data. Paradigma ini digunakan guna menjawab pertanyaan dari penelitian strategi komunikasi pemasaran Pocari Sweat dalam membangun *brand awareness*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan untuk penelitian “Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Pocari Sweat Dalam Membangun *Brand Awareness* Pelajar SMA, Studi Kasus: Program Bintang SMA” menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Denzim & Lincoln dalam Noor (2016, p. 33) pendekatan kualitatif adalah suatu proses penelitian dan

pemahaman yang berdasarkan metodologi dari suatu fenomena sosial dan masalah manusia.

Penelitian kualitatif yang diambil pada penelitian ini bersifat deskriptif. Menurut Semiawan (2010, p. 60) penelitian kualitatif bercorak deskriptif biasanya menggunakan kata kerja aksi dan keterangan yang hidup, karena dengan begitu pembaca penelitian mampu merasakan dan membayangkan bagaimana keadaan sebenarnya, tempat, keadaan dan situasi penelitian. Selain itu Semiawan (2010, p. 61) juga menjelaskan bahwa penekanan yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu proses yang berarti dalam penelitian ini perlu melihatkan bagaimana fakta, realita, gejala dan peristiwa yang dialami. Pada penelitian ini penyusunan data, penganalisaan data, serta hasil dari penelitian ini berupa deskripsi untuk mendapatkan informasi mengenai strategi komunikasi pemasaran Pocari Sweat dalam membangun *brand awareness*.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Noor (2016, p. 22) metode adalah ilmu tentang kerangka kerja dalam melakukan penelitian yang bersistem, memiliki aturan, prosedur atau suatu cara yang berhubungan dengan pembentukan pengetahuan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian studi kasus. Menurut Schramm dalam Yin (2017, p. 14) bahwa studi kasus mencoba untuk menerangkan suatu keputusan atau serangkaian keputusan, mengapa mereka diambil, bagaimana penerapannya

dan apa hasilnya. Menurut Yin (2017, p. 13) studi kasus merupakan fenomena kontemporer secara mendalam di dunia nyata, dengan kata lain studi kasus dilakukan karena keinginan untuk memahami kasus di dunia nyata dan menganggap pemahaman seperti itu mungkin melibatkan kondisi kontekstual penting yang berkaitan dengan kasus yang diteliti.

Yin (2017, pp. 84-87) menjelaskan mengenai penggunaan tipe desain tunggal dalam penelitian studi kasus, di antaranya:

1. Pemilihan kasus dalam penelitian jadi sangat penting untuk membuktikan teori. Teori yang telah dibangun dengan jelas dan diyakini dengan benar dan sesuai dengan kasus tunggal yang dipilih dalam melakukan penelitian mampu menunjukkan apakah teori tersebut benar atau mungkin menunjukkan beberapa penjelasan alternative yang mungkin lebih relevan.
2. Kasus yang dipilih dalam penelitian merupakan bentuk fenomena yang tidak biasa terjadi dalam kebiasaan sehari-hari sehingga mampu menawarkan peluang yang berbeda untuk didokumentasikan dan dianalisis serta layak untuk menambah wawasan baru dengan diadakannya studi kasus.
3. Kasus yang dipilih merupakan kasus umum, di mana kasus tersebut mampu diamati kondisi dan situasi yang terjadi dalam kebiasaan sehari-hari.
4. Kasus yang dipilih merupakan kasus yang mampu menjadikan kesempatan dalam menganalisa atau mengobservasi suatu

fenomena yang sebelumnya tidak diakses untuk diteliti sehingga kesempatan tersebut dianggap sebagai bentuk cara untuk mencari tahu atau suatu fenomena yang terjadi.

5. Kasus yang dipilih merupakan kasus longitudinal, yang berarti bahwa penelitian ini mampu dipelajari, dianalisa atau diobservasi fenomena atau kasus yang sama pada waktu yang berbeda.

Dengan begitu penggunaan metode studi kasus diharapkan agar penelitian yang diteliti mengenai strategi komunikasi pemasaran Pocari Sweat dalam membangun *brand awareness* dalam program Bintang SMA mampu dijelaskan dengan baik melalui metode ini.

3.4 Informan dan Partisipan

Menurut Yin terdapat dua kategori orang sebagai narasumber dalam penelitian, yaitu:

1. Partisipan

Yin ((2017, p. 287) mengatakan partisipan adalah seseorang dari studi kasus di mana data dikumpulkan. Biasanya melalui wawancara yang mampu mengulas studi kasus tersebut. Biasanya partisipasi diminta untuk meninjau *draft* laporan dari studi kasus yang diteliti.

2. Informan

Yin ((2017, p. 286) menyebutkan *informant* adalah mereka yang terlibat dalam studi kasus yang merupakan objek studi yang

memberikan informasi dan interpretasi kritis tentang kasus yang sedang diteliti dan mungkin mampu memberikan sumber lain untuk diperiksa.

Berikut Informan dan Partisipan sebagai sumber informasi:

Partisipan

1. Rizki Firmansyah - Head of ATL Pocari Sweat.

Informan

1. Hans Kristian - Planning Manager Mindshare

Narasumber pendukung

1. M Zidni Hudan Al Wafa - Madrasah Muallimin Muhammadiyah Yogyakarta
2. Raka Rafli Raihan Pangestu - SMA Quantum Inti Indonesia Bekasi
3. Stella Vania – SMA Negeri 1 Magelang
4. Mitha Rira Maharani – SMA Kristen Citra Bangsa Kupang
5. Stefannie Christine – Sekolah Perguruan Buddhis Bodhicitta Medan

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Yin (2017, p. 156) menyebutkan terdapat enam sumber pencarian data, di antaranya yaitu:

1. Dokumentasi

Informasi dari data yang telah dicatat baik berupa kertas maupun elektronik biasanya relevan untuk topik dalam studi kasus. Data

tersebut dapat berupa, surel, memo, proposal, kliping berita, atau artikel dari media massa.

2. Rekaman arsip

Untuk beberapa studi kasus rekaman data berupa catatan dari pemerintah atau data survei dari beberapa lembaga mungkin relevan sebagai sumber data.

3. Wawancara

Wawancara menjadi hal yang penting dalam studi kasus. Wawancara membantu dalam penjelasan mengenai studi kasus yang sedang diteliti.

4. Observasi langsung

Studi kasus memungkinkan kegiatan yang diteliti dapat terjadi langsung di khalayak. Hal ini dapat diamati secara langsung.

5. Observasi partisipasi

Dalam observasi partisipasi pengamatan tidak hanya dilakukan secara penglihatan. Pada cara ini memungkinkan penelitian dapat terjun langsung dan terlibat dalam kasus yang diteliti.

6. Perangkat fisik

Sumber bukti seperti fosil, perangkat teknologi, karya seni, dan beberapa bukti fisik lainnya memungkinkan sebagai sumber data dalam studi kasus, khususnya dalam penelitian mengenai sejarah dan antropologis.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan dengan cara wawancara dan dokumentasi. Sumber informasi diperoleh dari informan dan partisipan.

3.6 Keabsahan Data

Menurut Yin (2017, p. 79) keabsahan data dibagi menjadi empat kategori, yaitu:

- a. *Construct validity*: mengidentifikasi tindakan operasional yang benar dengan konsep yang sedang dipelajari.
- b. *Internal validity*: cara ini digunakan untuk mengidentifikasi hubungan sebab-akibat, di mana kondisi ini diyakini mengarah ke kondisi lain yang dibedakan dari hubungan semu.
- c. *External validity*: menunjukkan apakah dan bagaimana temuan dari studi kasus dapat digeneralisasikan.
- d. *Reliability*: menunjukkan proses penelitian bahwa data yang didapatkan dapat diulang kembali dengan hasil yang sama.

Cara keabsahan data yang diambil yaitu kategori *Construct Validity*. hal tersebut bertujuan agar identifikasikan hasil dari studi kasus mampu secara objektif dengan konsep yang digunakan.

3.7 Teknik Analisis Data

Yin menyebutkan ada lima bentuk teknik yang digunakan dalam menganalisis data, di antaranya *pattern matching*, *explanation building*, *time-series analysis*, *logic model*, dan *cross-case synthesis*. Teknis analisis data yang digunakan dalam menganalisis kesamaan atau perbandingan pada konsep komunikasi pemasaran dengan penelitian program Pocari Sweat Bintang SMA yaitu menggunakan teknis analisis data *pattern matching*. Yin (2017, p. 224) menjelaskan bahwa teknik ini merupakan perbandingan pola yang didasarkan secara empiris dengan pola yang telah diprediksikan atau didapatkan saat pengambilan data tersebut. Apabila dalam studi kasus merupakan *explanation*, maka polanya mungkin terkait dengan “bagaimana” dan “mengapa” dari studi kasus yang ditentukan. Berdasarkan teknik penjodohan pola yang digunakan, penelitian mampu menyajikan data pendukung yang memiliki kesesuaian dari konsep pola yang tersedia.