

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah pedoman umum dari penelitian yang dipegang oleh peneliti mengenai dasar dari penelitian. Paradigma merupakan hal yang penting karena membantu peneliti untuk menemukan dan menentukan cara pandang yang tepat dalam melihat suatu masalah yang ada. Empat macam paradigma menurut Creswell (2014, p. 6) adalah *post-positivisme*, *konstruktivisme/interpretivisme*, *partisipatori/transformatif*, dan *pragmatik*. Peneliti menggunakan paradigma *post-positivisme* dalam penelitian ini. Paradigma ini berorientasi pada sebab-akibat dan mencerminkan filsafat deterministik yang memandang suatu penyebab menentukan efek atau hasil. Penelitian ini menggunakan paradigma dari *post-positivisme* karena peneliti ingin mengidentifikasi sebab-akibat yaitu berupa strategi yang digunakan *Public Relations FIFGROUP* dalam mempertahankan reputasi perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan peneliti adalah penelitian kualitatif. Menurut Harahap (2020, pp. 19-20), penelitian kualitatif adalah penelitian yang didasari dari pola pikir induktif, yang didasari oleh pengamatan obyektif partisipatif terhadap suatu gejala atau fenomena sosial. Gejala atau fenomena sosial yang dimaksud adalah keadaan-keadaan masa lalu, masa kini, atau yang akan datang. Penelitian kualitatif memiliki tujuan untuk mendalami suatu gejala-gejala yang terjadi dan menyimpulkan gejala-gejala tersebut sesuai dengan konteksnya yang bersifat subjektivitas. Penelitian ini bersifat deskriptif. Di mana peneliti memiliki tujuan untuk memahami dan memaknai semua gejala yang tampak dan apa yang ada di balik dari gejala tersebut. Penelitian deskriptif menggambarkan secara rinci terkait apa, siapa, kapan, dimana, bagaimana, dan mengapa yang terkait dengan

subjek yang diteliti. Pada penelitian ini, peneliti berupaya untuk menganalisis serta mendeskripsikan secara mendalam tentang strategi *Public Relations* FIFGROUP dalam mempertahankan reputasi perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah melalui Studi Kasus, yaitu Studi Kasus pada strategi *Public Relations* dalam mempertahankan reputasi perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Menurut Samsu (2017, p. 64), studi kasus adalah penelitian di mana peneliti menempatkan suatu objek yang diteliti sebagai sebuah kasus. Terdapat kelebihan-kelebihan studi kasus, yaitu:

- 1) Peneliti dapat fokus pada hal-hal yang rumit dan juga situasi sosial yang kompleks.
- 2) Peneliti dapat menjelaskan hubungan sosial antar pihak melakukan komunikasi yang tidak dapat dijelaskan melalui survei.
- 3) Peneliti bisa menggunakan berbagai cara untuk mendapatkan realitas yang kompleks dengan yang sedang diteliti oleh peneliti.
- 4) Perolehan data dari studi kasus ini bisa diperoleh juga dengan berbagai cara dan juga berbagai sumber data yaitu melalui triangulasi.
- 5) Studi kasus disebut layak untuk meneliti fenomena yang terjadi secara ilmiah dan peneliti tidak perlu atau tidak memiliki kewajiban untuk melakukan kontrol dengan merubah keadaan.
- 6) Studi kasus juga cocok untuk penelitian skala kecil sehingga peneliti bisa berkonsentrasi pada satu kasus sehingga peneliti akan memiliki pemahaman yang mendalam.
- 7) Studi kasus dapat dipakai untuk mengetes sebuah teori dan juga membangun sebuah teori.

Sehingga metode ini dianggap cocok oleh peneliti karena penelitian ini bertujuan untuk meneliti secara mendalam terhadap suatu kasus yaitu strategi yang digunakan oleh *Public Relations* FIFGROUP dalam mempertahankan reputasi perusahaan melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility*.

3.4 Partisipan

Menurut Yin (2018, p. 382), partisipan adalah seseorang dari siapa data studi kasus dikumpulkan, biasanya melalui wawancara; satu atau lebih peserta. Kriteria yang peneliti tentukan dari partisipan adalah orang-orang yang menjadi bagian dari *Corporate Communication & Corporate Social Responsibility* Department FIFGROUP di mana orang-orang ini adalah orang-orang yang berkaitan langsung dengan *Public Relations* dan strategi *Public Relations* serta kegiatan *Corporate Social Responsibility*. Yang menjadi partisipan dalam penelitian ini adalah karyawan dari FIFGROUP, yaitu:

- a) Partisipan Pertama: Ganjar Wijaya sebagai Internal Communication Officer FIFGROUP.
- b) Partisipan Kedua: Charles DW Simaremare sebagai Corporate Communication & CSR Department Head FIFGROUP.
- c) Partisipan Ketiga: Yulian Warman sebagai Chief of Corporate Communication & CSR FIFGROUP.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara mendalam yang bersifat terbuka dan semi terstruktur, serta melakukan pengamatan data-data berupa dokumen.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Menurut Sugiyono (2013, p. 225) sumber data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data sedangkan untuk sumber data sekunder adalah sumber data yang tidak memberikan data secara langsung melainkan melalui

orang lain atau melalui sebuah dokumen. Data primer dari penelitian ini didapatkan dari informasi yang diberikan oleh partisipan-partisipan yang telah ditentukan oleh peneliti sendiri. Kriteria dari partisipan ini dilakukan tidak secara acak melainkan secara *purposive*, yaitu pihak-pihak yang dianggap menguasai data yang diperlukan dan berkaitan dengan tujuan permasalahan dari penelitian ini. Pengumpulan dari data primer ini dilakukan dengan menggunakan metode yaitu wawancara mendalam atau yang biasa disebut *indepth interview*. Wawancara dilakukan oleh penulis tidak secara tatap muka melainkan secara daring atau *online* melalui aplikasi *Zoom* dikarenakan kondisi pandemi Covid-19. Dalam wawancara ini, penulis akan mewawancarai Ganjar Wijaya (Internal Communication Officer FIFGROUP), Charles DW Simaremare (Corporate Communication Department Head FIFGROUP), dan Yulian Warman (Chief of Corporate Communication & CSR FIFGROUP) di mana para partisipan ini mengetahui secara pasti tentang strategi *Public Relations* yang dan kegiatan *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh FIFGROUP. Data yang akan digunakan dalam penelitian ini berupa transkrip dari hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan partisipan.

Sedangkan data sekunder yang peneliti temukan di dapat dari studi pustaka dan dokumentasi, dalam bentuk berbagai macam informasi yang berkaitan dengan *Public Relations & Corporate Social Responsibility* baik dari buku, jurnal, dan melalui *website* dari FIFGROUP, artikel, berita maupun data internal yang diberikan dan disediakan oleh Ganjar Wijaya sebagai Internal Communication Officer FIFGROUP, dengan tujuan untuk pengembangan penelitian.

3.6 Keabsahan Data

Untuk memastikan keabsahan data yang diperoleh oleh peneliti, maka peneliti mengolah data-data tersebut menggunakan teknik triangulasi sumber. Menurut Moleong (2017, p. 330), triangulasi adalah salah satu teknik yang digunakan oleh para peneliti untuk melihat dan memeriksa keaslian atau yang biasa disebut keabsahan sebuah data yang peneliti dapatkan melalui sumber lain di luar data yang sudah dimiliki, yang berguna untuk menjadi pembanding dari data

tersebut. Sehingga, peneliti dapat melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh. Menurut Moleong (2017, p. 331), terdapat lima cara untuk mencapai triangulasi dengan sumber, yaitu:

- 1) Membandingkan data hasil observasi atau pengamatan dengan data hasil dari wawancara.
- 2) Membandingkan apa yang dikatakan oleh orang-orang di depan khalayak umum dengan apa yang dikatakan oleh orang-orang secara pribadi.
- 3) Membandingkan apa yang dikatakan oleh orang-orang tentang situasi penelitian yang dilakukan dengan apa yang dikatakan oleh orang-orang sepanjang waktu.
- 4) Membandingkan keadaan dan perspektif dari seseorang dengan berbagai pendapat dan juga pandangan terhadap orang tersebut seperti rakyat biasa, orang berpendidikan, dan lain-lainnya.
- 5) Membandingkan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan suatu dokumen yang memiliki isi yang berkaitan.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan perbandingan dari hasil studi pustaka dan dokumentasi yang dilakukan peneliti dengan data hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan partisipan.

3.7 Teknik Analisis Data

Terdapat lima macam teknik analisis data menurut Robert K, Yin, antara lain sebagai berikut (2018, pp. 250-278):

1) Pattern Matching

Pada teknik ini, peneliti membandingkan pola yang bersifat empiris yang didasarkan pada temuan dari studi kasus, lalu mengumpulkan data tersebut dan dicocokkan dengan pola yang telah dibuat sebelumnya. Pada teknik analisis ini, peneliti akan membandingkan prediksi atau asumsi awal dengan fakta yang telah ditemukan di lapangan, serta membandingkan dengan fakta yang peneliti temukan

dengan penelitian-penelitian sebelumnya. Jika polanya sesuai, maka hasil tersebut dapat memperkuat validitas internal studi kasus.

2) *Explanation Building*

Teknik analisis data ini digunakan untuk menganalisis data studi kasus dengan penjelasan sebagian deduktif yang berdasarkan pada pernyataan awal studi kasus dan sebagian induktif yang berdasarkan pada data studi kasus.

3) *Time Series Analysis*

Teknik analisis data ini digunakan untuk melakukan analisis terhadap deret waktu yang biasa digunakan dalam psikologi. Model ini bertujuan untuk memeriksa kembali terkait pertanyaan yaitu “bagaimana” dan “mengapa” yang relevan dengan hubungan peristiwa yang terjadi dari waktu ke waktu.

4) *Logic Models*

Teknik analisis data ini digunakan untuk menentukan dan menjalankan suatu rangkaian kejadian atau sebuah peristiwa yang kompleks dalam kurun waktu yang lama yang berupaya untuk memperlihatkan bagaimana suatu kejadian atau suatu peristiwa yang kompleks dengan pola sebab akibat yang berulang di mana suatu hasil dari peristiwa pada tahap sebelumnya dapat menjadi stimulus atau peristiwa sebab akibat untuk tahap berikutnya.

5) *Cross-Case Synthesis*

Teknik analisis data ini digunakan untuk analisis studi kasus ganda, di mana empat teknik sebelumnya digunakan untuk studi kasus tunggal atau ganda.

Berdasarkan lima macam teknik analisis data menurut Robert K. Yin, peneliti menggunakan teknik analisis data *pattern matching*. Dengan melakukan analisis data dari studi kasus dan membandingkan serta mencocokkan asumsi awal berdasarkan data yang telah didapatkan dengan pola yang telah ditentukan. Peneliti akan membandingkan *pattern*, yang berupa teori dan konsep yang digunakan dengan hasil penelitian yang telah ditemukan di lapangan.