

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Setiap penelitian, peneliti menggunakan cara pandang maupun paradigma berbeda-beda. Menurut Moleong (2018, p. 49) paradigma ialah cara mendasar dengan tujuan mempersepsi, berpikir, menilai, ataupun melakukan sesuatu yang berkaitan secara khusus mengenai realitas. Selain itu, paradigma dalam buku Manzilati (2009, p. 1) menyatakan paradigma yaitu suatu kerangka berpikir yang umum mengenai teori dan fenomena yang memiliki dasar, desain penelitian, maupun isu utama yang disertakan dengan serangkaian metode dalam menjawab pertanyaan penelitian. Dapat disimpulkan bahwa paradigma dalam suatu penelitian merupakan dasar bagi peneliti untuk membuat bagaimana kerangka berpikir dalam melakukan penelitian terhadap masalah yang akan diteliti. Kerangka berpikir tersebut kemudian akan menuntun peneliti menuju pada konsep maupun teori yang akan digunakan, pendekatan, metode, dan Langkah-langkah analisis penelitian kedepannya sehingga dapat berkesinambungan.

Dalam penelitian post-positivisme dapat melihat permasalahan sebagai rangkaian langkah yang berhubungan secara logis yang dilakukan pada berbagai pandangan dari partisipan. Pada post-positivisme juga dapat memandang dan memahami realitas serta segala sesuatu yang ada dibalik realitas tersebut. Menurut Creswell (2018, p. 47) paradigma *post-positivisme* yaitu suatu penentuan dari hasil suatu penelitian. Pembahasan didalam penelitian akan dipersempit dan dapat memberikan kesimpulan melalui pertanyaan-pertanyaan. Menurut Poth (2018, p. 23) adanya karakteristik pada paradigma post-positivisme, yaitu:

- a. Adanya sebab akibat yang menjadi probabilitas yang bisa saja terjadi atau tidak terjadi
- b. Memiliki unsur reduksionis, logis, empiris, mengarah pada sebab akibat, dan berdasarkan teori
- c. Melihat suatu penelitian pada Langkah yang logis dan percaya pada perspektif partisipan dengan tujuan mengumpulkan data dan analisis.

Penelitian ini membahas mengenai penjabaran strategi *Marketing Public Relations* pada opening Qubika Hotel Gading Serpong dalam situasi pandemi COVID-19. Sesuai dengan sudut pandang, dalam penelitian ini menggunakan paradigma *post-positivisme*, karena dalam penelitian ini melakukan wawancara mendalam dan bersifat objektif pada objek penelitian. Dalam paradigma *post-positivisme* juga akan melakukan subjek dan objek menjadi kesatuan pada penelitian yang akan dilakukan. Maka dari itu, peneliti akan menggunakan paradigma *post-positivisme* dalam meneliti bagaimana strategi *Marketing Public Relations* Qubika Hotel saat opening di tengah pandemi COVID-19.

### **3.2 Jenis dan Sifat Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan sifat deskriptif. Menurut Yin dalam penelitian kualitatif berarti peneliti dapat memahami tiga tujuan penting yaitu transparansi, metodologi, dan kepatuhan pada bukti. Tipe dalam penelitian ini dapat memanfaatkan teori yang ada sebagai acuan peneliti yang dapat berkembang mengikuti konstruksi hasil penelitian yang didapatkan. Menurut Moleong (2018, p. 3) penelitian pada kualitatif dapat memberikan suatu data deskriptif dengan kata-kata yang dilakukan oleh individu maupun sikap atau perilaku yang akan diteliti. Penelitian kualitatif juga memiliki tujuan untuk dalam memahami fenomena tentang apa (*what*) dan bagaimana (*why*). Subjek penelitian tersebut akan mengalami suatu fenomena, yang kemudian akan dideskripsikan dalam bentuk kata-kata maupun bahasa. Hal tersebut dapat dilaksanakan secara khusus alamiah dengan memanfaatkan metode ilmiah lainnya.

Penelitian ini akan dilakukan dengan sifat deskriptif, yaitu dengan menarasikan maupun menggambarkan pada gejala atau peristiwa yang terjadi. Menurut Ruslan (2013, p. 215) pada penelitian deskriptif tersebut dapat menjelaskan pada karakteristik ataupun kriteria pada suatu individu, situasi, dan kelompok. Penelitian deskriptif juga memiliki dominan dan lebih sederhana dimana penelitian tersebut tidak memerlukan landasan teori rumit maupun penggunaan hipotesis tertentu. Ruslan juga melanjutkan bahwa dalam penelitian

deskriptif, peneliti hanya melakukan satu variabel dan dapat meneliti tentang kendala maupun gejala dalam penelitian Ruslan (2010 , p. 12) Penelitian kualitatif dapat dilakukan dengan analisis data dengan segala informasi yang didapatkan dengan bentuk rekaman maupun transkripnya.

Seperti sudah dijelaskan, bahwa penelitian kualitatif deskriptif memiliki konsep pada fenomena secara sistematis dan mendalam. Dalam penelitian ini juga mendeskripsikan serta menjelaskan secara mendalam realitas yang kompleks tentang strategi *Marketing Public Relations* saat pandemi. Oleh karena itu, peneliti mencoba untuk mendefinisikan dan menggali pengalaman dalam menginterpretasikan peristiwa *opening* atau pembukaan Qubika Hotel saat pandemi.

### **3.3 Metode Penelitian**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Yin (2011, p. 1) studi kasus memiliki gambaran yang menerapkan strategi yang cocok dalam penelitian yang memiliki pokok pertanyaan dengan adanya unsur bagaimana (*How*) dan mengapa (*Why*). Menurut Ruslan (2013, p. 299) studi kasus dapat digunakan pada berbagai sumber data yang dapat diteliti, menganalisa, dan menggambarkan secara rinci dari berbagai aspek individu, kelompok, perusahaan, maupun suatu program yang mengalami peristiwa tertentu dan sistematis. Dalam penelitian yang memakai metode studi kasus diantaranya karena mereka ingin memahami dan mencari tahu kasus yang diteliti dan beranggapan bahwa pemahaman seperti itu dapat melibatkan kondisi kontekstual penting yang berkaitan dengan penelitian tersebut.

Karakteristik pada studi kasus memiliki kelebihan yaitu adanya peluang besar yang didapatkan pada hasil penelitian yang mendalam dan menyeluruh, karena hal tersebut dapat menggambarkan kejadian yang terungkap melalui berbagai aspek. Seperti yang dijelaskan oleh Yin (2018, p. 34) dalam metode studi kasus, maka penelitian harus dapat mengembangkan pertanyaan yang berkaitan dengan “kenapa” dan “bagaimana” agar mendapatkan sebuah data yang rasional sesuai dengan kebutuhan penelitian tersebut. Metode tersebut nantinya akan

digunakan dalam menjelaskan lebih rinci bagaimana strategi *Marketing Public* saat *opening* Qubika Hotel Gading Serpong di masa pandemi.

### 3.4 Partisipan dan Informan

Menurut Yin (2018, p. 351) partisipan adalah orang yang mengetahui masalah pada fenomena yang sedang diteliti sehingga peneliti dapat menarik kesimpulan dan menarik data-data yang dikumpulkan darinya. Partisipan yang dilakukan dalam penelitian ini dipilih berdasarkan pengetahuan, kontribusi, dan keterlibatan dalam kasus yang dibahas, yaitu strategi *Marketing Public Relations* dalam *soft opening* Qubika Hotel. Karenanya, karakteristik partisipan yang sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Mereka yang paham dengan masalah penelitian yang akan dibahas
- b. Mereka yang mengerti mengenai strategi dan kondisi saat kegiatan *soft opening*
- c. Mereka yang bersedia berbagi informasi, pemahaman ilmu, dan pengetahuan mengenai masalah penelitian.
- d. Mereka yang bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang berkaitan dengan penelitian
- e. Mereka yang memiliki gelar sarjana dalam bidang *marketing* dan komunikasi.

Tabel 3. 1 Narasumber yang akan menjadi informan dan partisipan

| No | Nama                         | Jabatan                  | Alasan  |
|----|------------------------------|--------------------------|---|
| 1. | Panca Wijayanto (Partisipan) | <i>General Manager</i>   | Narasumber yang membuat strategi dan kegiatan <i>Marketing Public Relations</i> dengan menggunakan Whalen's 7 Step Strategic Planning dalam kegiatan perencanaan <i>opening</i> Qubika Hotel Gading Serpong |
| 2. | Hela Iriawan (Partisipan)    | <i>Director of Sales</i> | Narasumber yang dapat mengetahui, menyetujui, maupun dapat memantau implementasi dari kegiatan <i>Marketing Public Relation</i>   |
| 3. | Shinta Okta                  | Marketing                | Narasumber yang mengelola dan   |

|    |                                 |  |  |
|----|---------------------------------|--|--|
|    | Trilestari (Partisipan)         | Communication dan Public Relation Qubika Hotel | bertanggung jawab pada kegiatan marketing dan juga public relation yang berhubungan dengan media.  |
| 4. | Riski Damastuti (Informan ahli) | Dosen Ilmu Komunikasi                          | Sebagai pakar ilmu komunikasi yang mendalami khususnya di bidang strategi komunikasi dalam membangun hubungan dan citra perusahaan dengan public yang sesuai dengan diteliti oleh peneliti |

Sumber: Data Olahan, 2022

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Berdasarkan berbagai sumber yang dipercaya menurut Ruslan (2014, p. 213) teknik pengumpulan data mempunyai proses yang dapat digunakan untuk mengumpulkan fakta-fakta lapangan ataupun informasi. Dalam melakukan proses pengumpulan data, peneliti melakukan metode sebagai berikut:

#### a. Wawancara

Menurut Noor (2016, p. 138) wawancara merupakan alat *re-checking* ataupun alat pembuktian tentang informasi yang didapatkan. Wawancara dapat berbentuk komunikasi antara dua orang yang melibatkan satu pihak untuk mengajukan pertanyaan pada pihak lainnya yang bertujuan untuk memperoleh informasi tertentu. Wawancara memiliki 3 jenis yang dapat disusun, yaitu wawancara terstruktur, wawancara tak terstruktur, serta wawancara campuran. Dalam penelitian ini menggunakan wawancara yang bersifat terstruktur yang dimana pertanyaan yang akan diajukan pada narasumber telah dirancang untuk fokus pada pembahasan dimensi objek penelitian.

#### b. Studi dokumen

Studi dokumen merupakan bagian penting dan tidak terpisahkan dalam metodologi penelitian kualitatif. Menurut Patton (2015, p. 55) secara umum penelitian kualitatif memiliki kutipan ataupun seluruh bagian dari organisasi maupun catatan program yang dapat dipublikasikan dalam media sosial, laporan resmi, maupun tanggapan yang tertulis untuk survei.

Dokumen yang dapat digunakan dalam penelitian ini berupa proposal perencanaan *soft opening* hotel, foto-foto, artikel liputan, serta rekaman hasil wawancara dengan narasumber.

Dalam melakukan proses pengumpulan data, peneliti juga menggunakan sumber data primer dan data sekunder,

a. Data Primer

Data primer merupakan data informasi utama yang dapat menjadi rujukan pada penelitian. Pada penelitian ini, data primer yang didapatkan melalui tahapan *indepth interview* atau wawancara mendalam. Menurut Sugiyono (2018, p. 456) wawancara mendalam ialah teknik dalam pengumpulan data ataupun informasi yang dilakukan dengan bertatap muka secara langsung dengan *informan* ataupun partisipan agar peneliti dapat menerima data yang lengkap dan lebih mendalam.

Dalam penelitian ini, sumber data primer yang terkait adalah para anggota staff Qubika Hotel yang berpartisipasi dan memiliki kontribusi langsung terhadap *soft opening* Qubika Hotel. Bukti data yang dapat digunakan pada keperluan studi kasus dapat melalui enam sumber, yakni: dokumen, rekaman, wawancara, pengamatan langsung, dan perangkat fisik Yin (2018, p. 124)

b. Data Sekunder

Teknik pengumpulan data yang dilakukan pada penelitian ini yaitu mencari dan menggali informasi maupun pengetahuan yang memiliki hubungan pada penelitian Strategi *Marketing Public Relations*

melalui sumber ilmiah seperti buku, jurnal, dan lainnya. Studi kepustakaan yang dapat digunakan oleh penelitian terdahulu dapat dijadikan sumber dalam teori maupun objek yang sama dengan penelitian ini. Tujuannya yaitu sebagai pembanding serta masukan pada peneliti untuk memperkaya penelitian. Dengan penggunaan data sekunder, peneliti dapat melakukan identifikasi masalah ataupun strategi yang ada pada

acuan dari buku serta jurnal, sehingga data primer dapat dikelola dan digambarkan melalui tulisan dalam penelitian ini.

### 3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data (*trustworthiness*) dalam penelitian dapat menunjukkan kredibilitas pada hasil penelitian yang didapatkan. Menurut Yin (2018, p. 47) keabsahan data memiliki 4 jenis penggunaan pada bukti yang didapatkan untuk membuktikan validitas data maupun hasil pada penelitian yang dilakukan dari triangulasi data, yakni:

#### a. Validitas Konstruksi

Memiliki tujuan dalam pengujian konstruksi yang didapatkan oleh data pada suatu penelitian melalui hasil pemeriksaan teori ataupun teknik yang digunakan. Menurut Denzin (2014, p. 183) triangulasi dapat menjadi empat bagian, yaitu:

- 1) Triangulasi data, yaitu peneliti dapat mengumpulkan berbagai sumber berupa hasil wawancara, dokumen, arsip, dan hasil observasi. Pada penelitian ini menggunakan hasil wawancara dan adanya dokumentasi untuk pengambilan data.
- 2) Validitas *Internal*, yaitu dapat menguji kredibilitas pada suatu data dalam penelitian yang dihasilkan melalui sumber yang sesuai dan tepat.
- 3) Validitas *Eksternal*, dapat digunakan dalam mencari informasi pendukung lain yang berasal dari sumber luar atau *eksternal*
- 4) Reliabilitas, dapat berfungsi dalam menunjukkan aktivitas ataupun kegiatan dalam penelitian seperti pada pengumpulan data yang diulang dan menghasilkan data yang sama.

Dalam penelitian ini, menggunakan keabsahan data pada validitas konstruksi dengan teknik triangulasi data melalui wawancara kepada narasumber. Penelitian ini juga menggunakan sumber dokumentasi dalam menjabarkan proses kegiatan *Marketing Public Relations*.

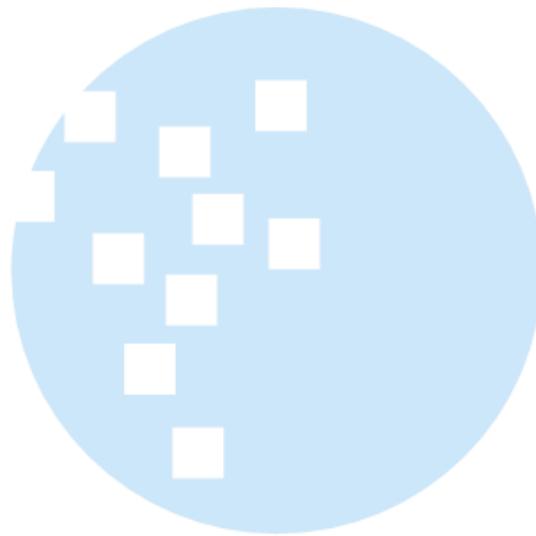
### 3.7 Teknik Analisis Data

Setelah mengumpulkan data yang ingin dibutuhkan dalam kegunaan penelitian, adanya analisis pada hasil maupun kesimpulan penelitian. Data yang didapatkan pada wawancara dengan partisipan dan informan sesuai dengan topik penelitian dapat dilihat dari konsistensi jawaban kedua belah pihak. Jika, jawaban yang didapatkan memiliki korelasi pada penelitian, maka hal ini menunjukkan adanya sebuah kebenaran pada hasil wawancara tersebut. Menurut Yin (2018 , p. 190) ada lima jenis Teknik dalam menganalisis penelitian, yaitu:

- a. *Pattern Matching*, proses yang dapat membandingkan antara pola yang didasari empiris dengan pola yang diprediksi pada beberapa prediksi alternatif. Tujuan pada Teknik ini ialah untuk mengkonfirmasi maupun memperkuat validitas pada teori dan konsep melalui similitas pada suatu penelitian. Tetapi, jika penelitian bertolak belakang dengan teori ataupun konsep pada penelitian, maka pola data harus dapat memberikan alternatif berupa penjelasan yang menyebabkan ketidaksesuaian dalam penelitian.
- b. *Explanation Building*, Teknik yang dilakukan dengan pencocokan pola khusus. Tujuan dalam teknik ini ialah dapat menganalisis data dengan menjelaskan tentang kasus tersebut. Teknik ini biasanya relevan digunakan pada studi kasus eksplanatori.
- c. *Time Series Analysis*, teknik ini dilakukan untuk menganalisis deret waktu secara langsung dalam suatu eksperimen sehingga dapat membuktikan hipotesa penelitian.
- d. *Logic Models*, teknik ini digunakan dalam mengoperasionalkan suatu rantai kejadian yang cukup lama, dengan tujuan menunjukkan bagaimana kegiatan yang kompleks dapat berjalan. Teknik ini juga dapat mengamati suatu peristiwa secara empiris yang sudah diprediksi secara konseptual.
- e. *Cross Case Synthesis*, teknik ini dapat dilihat melalui studi kasus secara individual sebagai studi yang terpisah. Selain itu, teknik ini juga bertujuan dalam menganalisis permasalahan yang ganda.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data *pattern matching* atau penjodohan data. Peneliti melakukan pengumpulan data dari strategi *Marketing Public Relations* pada *opening* Qubika Hotel yang akan dibandingkan

dengan konsep *7-Step MPR Strategic Planning Process* dan penelitian dengan kasus serupa untuk diuji kesesuaiannya.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA