

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah cara pandang yang akan memengaruhi metodologi dan hasil. Paradigma merupakan landasan bagi peneliti untuk menentukan teori dan metode yang tepat dan tepat, untuk memperjelas kegiatan komunikasi dan untuk mendapatkan jawaban atas pertanyaan (West & Turner, 2017). Paradigma adalah pemahaman atau keyakinan yang menganut prinsip-prinsip dasar suatu fenomena atau realitas yang berhubungan dengan duniayang mempengaruhi cara pandang dan perilaku sebagai keyakinan yang menuntun seseorang untuk mempelajari atau mempelajari realitas tersebut (Denzin & Lincoln, 2017). Paradigma adalah cara memahami, memahami, mengevaluasi, dan mewujudkan hal-hal yang berkaitan dengan realitas (Moleong & Surjaman, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan model *post-positivisme*. *Post-positivisme* memiliki filosofi deterministik. Dengan kata lain, penyebabnya dapat mempengaruhi hasil (Creswell & Creswell, 2018). Dengan paradigma post positivisme ini, penelitian ini akan mengungkap secara mendalam Bagaimana Strategi *Corporate Communications* BMW Indonesia dalam MenjagaEksistensi *Brand* BMW.

### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berfokus pada penggalian kedalaman daripada keluasan data. Deskriptif didefinisikan dengan mengumpulkan data yang dapat menggambarkan situasi dan kondisi. Deskripsi kualitatif adalah strategi untuk menggambarkan data secara sistematis, faktual, dan akurat, tanpa menjelaskan secara rinci apa arti fenomena itu, seperti mengapa itu benar-benar terjadi, motivasi, motif, dan konteks lain, mencoba menemukan maknanya. Ini disebut validasi teknis karena strategi teknis yang baik membutuhkan upaya untuk memvalidasi data. Tidak hanya menjelaskan pertanyaan seperti sebagai apa, tetapi juga secara otomatis menjelaskan mengapa. Pada strategi digunakan untuk mengukur kesuksesan suatu kegiatan atau program Strategi deskriptif kualitatif memiliki sifat induktif, dalam hal ini data memiliki peran yang lebih penting daripada teori (Kriyantono, 2012). Dengan menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, peneliti mencoba menggambarkan secara mendalam mengenai strategi *Corporate Communications* BMW Indonesia dalam menjaga eksistensi brand BMW.

### 3.3 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, dan jenis studi kasus ini biasanya digunakan untuk membahas masalah sehari-hari. Strategi studi kasus digunakan untuk tujuan kausal atau deskriptif dengan fokus pada strategi studi kasus (Yin, 2019). Studi kasus adalah studi empiris yang mengkaji fenomena dalam situasi kehidupan nyata. Peneliti menggunakan berbagai sumber bukti ketika tidak mungkin untuk secara jelas mendefinisikan batas-batas antara konteks dan fenomena (Yin, 2019). Karena studi kasus bersifat multidimensi, studi kasus digunakan untuk menyelidiki secara menyeluruh berbagai variabel/aspek (Kriyantono, 2020).

### 3.4 Partisipan dan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengumpulan data dengan sampel yang sudah dipilih dan ditentukan sebelumnya dengan menentukan ciri-ciri khusus yang sesuai (Sugiyono, 2016). Dalam pendekatan ini, orang-orang dipilih berdasarkan kriteria tertentu untuk tujuan survei, dan pelapor merespon kebutuhan akan data survei (Kriyantono, 2020). Poin pertama dalam rekayasa berorientasi tujuan adalah penentuan kriteria yang harus mendukung kinerja penelitian untuk menghasilkan pendapat tentang topik yang diselidiki oleh peneliti untuk mencapai hasil yang sesuai (Kriyantono, 2020). Informan kunci sangat penting untuk keberhasilan studi kasus. Percakapan dengan informan kunci tidak dikenakan biaya, dan peneliti juga dapat meminta informan kunci untuk pandangan faktual dari informan kunci (Yin, 2019). Peneliti memilih 2 partisipan dan 1 informan dalam penelitian ini.

Berikut adalah partisipan yang dipilih oleh peneliti:

1) Kriteria partisipan:

- a) Melakukan pengembangan dan implementasi BMW Group dan strategi komunikasi lokal BMW Indonesia.
- b) Bertindak sebagai juru bicara BMW Group.
- c) Melakukan komunikasi rencana dan penganggaran.
- d) Melakukan evaluasi media kuantitatif dan kualitatif.
- e) Melakukan pengelolaan topik komunikasi eksternal.
- f) Menyelenggarakan acara yang berhubungan dengan komunikasi perusahaan.

Partisipan : Jodie O'Tania

Jabatan : *Corporate Communication Director* BMW

Indonesia

Lama bekerja : 9 tahun

2) Kriteria partisipan:

- a) Melakukan eksekusi BMW Group dan BMW Indonesia Lokal
- b) Melakukan strategi komunikasi.
- c) Menjalin hubungan dengan media dan hubungan eksternal.
- d) Mengadakan acara yang berhubungan dengan PR.
- e) Melakukan manajemen armada pers, media online terkait PR.

Partisipan : Josephine Nicole

Jabatan : *Corporate Communication Manager* BMW  
Indonesia

Lama bekerja : 6 tahun

3) Kriteria informan:

- a) Memiliki pengalaman bekerja di bidang *Public Relations* selama lebih dari 5 tahun.
- b) Merupakan praktisi yang sudah profesional dan kompeten sehingga dapat diandalkan, dipercaya dan diakui dalam bidangnya.

Informan : Billy Chailani

Jabatan : *Public Relations* Grab Indonesia

Lama bekerja : 7 tahun

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik deskriptif kualitatif. Pengumpulan dilakukan dengan melakukan wawancara, dan studi kepustakaan. Pada metode studi kasus, peneliti menggunakan beberapa sumber data yaitu data primer yang dilakukan dengan wawancara serta observasi serta data sekunder yang menggunakan studi kepustakaan.

Sumber data penelitian ini berupa:

Data primer dapat ditemukan dari narasumber atau informan yang diidentifikasi oleh peneliti dalam kategori informan yang dapat memperoleh data yang dibutuhkan dalam kaitannya dengan informasi yang dibutuhkan.

a) Wawancara mendalam (*in-depth interview*)

Metode pengumpulan data atau informasi yang sering dilakukan secara tatap muka dengan tujuan untuk memperoleh data yang lengkap dan terperinci adalah wawancara mendalam (Kriyantono, 2020). Peneliti menggunakan metode atau teknik wawancara semi terstruktur untuk memberikan kebebasan kepada peneliti untuk mengajukan pertanyaan dan menyesuaikan alur dan pengaturan saat wawancara. Pada hal ini peneliti memperoleh informasi mengenai data tentang Strategi *Corporate Communications* BMW Indonesia dalam Menjaga Eksistensi *Brand* BMW melalui *key informan* yaitu seorang *Corporate Communication Director* BMW Indonesia, Bu Jodie O'Tania dan *Corporate Communication Manager*, Bu Josephine Nicole.

b) Observasi

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan observasi secara langsung dengan cara mengamati apa yang sedang dilihat serta didukung oleh jurnal-jurnal terdahulu, daftar lapangan, dan data lainnya. Observasi selama wawancara juga memberikan observasi dan memberikan rincian survei. Peneliti juga melihat berbagai kegiatan program di dalam dan di luar BMW Indonesia untuk melihat program seperti apa yang sedang berjalan.

- 1) Data sekunder diperoleh dari berbentuk informasi yang berhubungan dengan BMW Indonesia dalam bentuk artikel, berita, ataupun informasi

pendukung yang diperoleh dari media cetak maupun dari media yang telah tersedia di BMW Indonesia.

a) Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan merupakan pengumpulan data dari literatur tentang topik penelitian. Studi kepustakaan dapat dilakukan dengan mencari informasi dalam konsep, teori, buku, jurnal, laporan, dll. Studi kepustakaan ini menjadi acuan dan dilakukan untuk membebaskan peneliti dari pekerjaan dan fokus penelitiannya.

### 3.6 Keabsahan Data

Untuk memproses data yang diterima, itu juga harus memvalidasi data untuk memastikan bahwa itu valid. Salah satu caranya adalah triangulasi. Triangulasi digunakan untuk memvalidasi data dengan menggunakan sesuatu selain data. Menurut Patton, triangulasi berarti memverifikasi serta membandingkan keandalan alat penelitian kualitatif dengan data-data yang diperoleh pada waktu yang berbeda (Moleong & Surjaman, 2016).

- 1) Perbandingan hasil wawancara dan data
- 2) Perbandingan apa yang orang katakan secara publik dan pribadi.
- 3) Perbandingan apa yang publik katakan mengenai keadaan penelitian dan yang dikatakan pada titik waktu tertentu.
- 4) Bandingkan situasi dan perspektif anda dengan orang lain.
- 5) Perbandingan hasil wawancara dengan dokumen terkait.

Triangulasi adalah proses validasi data yang dievaluasi dari berbagai perspektif. Yin menjelaskan empat jenis triangulasi sebagai berikut (Yin, Case study research: design and methods, 2018):

1) Triangulasi data/sumber (*data triangulation*)

Digunakan untuk mencari berbagai data dari berbagai macam sumber yang berbeda sehingga kebenarannya lebih dapat dipertanggungjawabkan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan triangulasi data atau sumber karena

membandingkan atau mengonfirmasi hal-hal yang ingin diketahui oleh penulis dengan melakukan wawancara secara mendalam dengan beberapa narasumber.

2) Triangulasi peneliti (*investigator triangulation*)

Digunakan untuk berkolaborasi dengan perspektif peneliti dengan perspektif pengamat yang mengikuti berbagai bidang studi.

3) Triangulasi teori (*theoretical triangulation*)

Adalah penggunaan perspektif atau teori yang berbeda dalam menafsirkan kumpulan data yang ditujukan untuk menginterpretasikan data.

4) Triangulasi metodologis (*methodological triangulation*)

Adalah penelitian menggunakan berbagai teknik pengumpulan data untuk memecahkan masalah yang baru terjadi.

Yin juga menyediakan, antara lain, empat kriteria untuk mengevaluasi kualitas penelitian (Yin, *Case study research: design and methods*, 2018).

1) Membangun justifikasi untuk menentukan ukuran yang tepat untuk konsep yang digunakan.

2) Validitas internal digunakan dalam penelitian deskriptif atau kausal hanya dengan menguji kausalitas.

3) Validitas eksternal mendefinisikan ruang lingkup temuan studi.

4) Reliabilitas menunjukkan bahwa penelitian dapat diulang dengan langkah-langkah serupa. Pada penelitian ini, validitas konstruk digunakan untuk menguji data dengan menggunakan berbagai sumber bukti.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Peneliti memilih untuk menggunakan teknik analisis data model Robert K. Yin. Terdapat lima teknik dalam melakukan analisis data dan dijabarkan secara detail, sebagai berikut (Yin, *Case study research: design and methods*, 2018):

1) *Pattern Matching*

Teknik ini menggunakan logika pencocokan pola untuk menganalisis studi kasus. Logika yang membandingkan pola berbasis empiris yaitu,

berdasarkan temuan dari studi kasus peneliti dengan yang diprediksi (atau dengan beberapa prediksi alternatif, termasuk saingan) yang dibuat sebelum peneliti mengumpulkan data.

2) *Explanation Building*

Pendekatan teknik ini lebih kompleks daripada teknik *Pattern Matching*. Tujuannya adalah untuk menganalisis data studi kasus peneliti dengan membangun penjelasan tentang kasus tersebut dalam bentuk pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa", serta menjelaskan pula faktor-faktor, dan mencoba menggeneralisasi hasil.

3) *Time Series-Analysis*

Teknik ini adalah melakukan analisis pada deret waktu, analog dengan analisis deret waktu yang dilakukan dalam psikologi perilaku dan klinis. Semakin rumit dan tepat polanya, semakin analisis deret waktu dapat meletakkan dasar atau fondasi yang kokoh bagi kesimpulan dari studi kasus tersebut.

4) *Logic Model*

*Logic model* merupakan teknik yang menetapkan dan mengoperasionalkan rantai kejadian atau peristiwa yang kompleks selama periode waktu yang lama serta mencoba menunjukkan bagaimana aktivitas yang kompleks, seperti implementasi program berlangsung. Teknik ini berguna dalam melakukan evaluasi studi kasus dan mempelajari teori perubahan.

5) *Cross-Case Synthesis*

Teknik ini hanya bisa digunakan pada studi kasus majemuk, yaitu peneliti akan mengumpulkan seluruh data, menganalisis satu per satu,



selanjutnya mengobservasi persamaan apa yang didapat dari keseluruhan studi kasus tersebut.

Dari kelima teknik di atas, analisis data pada penelitian ini akan menggunakan teknik *Pattern Matching* untuk melihat Strategi *Corporate Communications* BMW Indonesia dalam Menjaga Eksistensi *Brand* BMW yang peneliti gunakan dengan hasil wawancara dari partisipan serta informan.

