

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Pada penelitian ini, digunakan paradigma *post positivisme*. *Post positivisme* merupakan suatu ajaran *deterministic* yang memiliki sebab-sebab yang sangat mungkin nantinya menghasilkan hasil akhir berupa akibat. Maka dari itu, masalah-masalah yang dikaji kaum *post-positivis* menunjukkan adanya keinginan dan kebutuhan untuk mencari tahu sebab-sebab yang mempengaruhi suatu hasil akhir (Creswell, 2016).

Terdapat asumsi dasar dalam paradigma *post positivisme*:

- a. Penelitian yang dilakukan, kebenarannya absolut karena pengetahuan bersifat terkaan.
- b. Penelitian merupakan proses pembuatan klaim-klaim, yang nantinya klaim tersebut akan menjadi klaim yang bukti kebenarannya lebih kuat.
- c. Bukti, data, pertimbangan penelitian yang logis akan membentuk pengetahuan baru.
- d. Penelitian yang dilakukan harus bisa untuk mengembangkan *statement* yang relevan, *statement* harus dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya.
- e. Pentingnya bersikap objektif selama penelitian. Metode ataupun kesimpulan yang mengandung bias harus dikaji ulang (Creswell, 2016).

Alasan peneliti memakai paradigma *post-positivisme* adalah karena penelitian ini memiliki tujuan yaitu ingin mencari tahu, menganalisa, dan mendeskripsikan strategi *marketing public relations* apa yang digunakan oleh PT Asus Indonesia untuk mencapai *top of mind*.

### **3.2 Jenis dan sifat penelitian**

Jenis penelitian pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan suatu cara mencari dan memahami maksud dari individu atau sekelompok individu yang berasal dari masalah sosial yang sama. Proses penelitian meliputi usaha menanyakan pertanyaan, pengumpulan data, dan Analisa secara induktif dari khusus ke umum dan juga menafsirkan makna dari suatu data (Creswell, 2016).

Penelitian kualitatif adalah penelitian yang memakai penafsiran dan bersifat interpretif dan dalam menelaah masalah penelitian memakai banyak metode. Metode tersebut dimaksudkan sebagai triangulasi (Mulyana, 2013).

Selain itu, penelitian ini juga bersifat deskriptif. Dimana penelitian deskriptif adalah penelitian yang mendeskripsikan dan bertujuan menganalisa suatu penelitian yang akhirnya dapat disimpulkan secara sistematis, sesuai fakta, dan akurat terkait data yang didapat antar fenomena yang terjadi (Sugiyono, 2019).

### **3.3 Metode penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif melalui studi kasus. Studi kasus harus dapat menjelaskan bagaimana dan mengapa keputusan tersebut bisa diimplementasikan. Studi kasus dapat digunakan saat peneliti tidak memiliki kuasa ataupun andil atas perilaku dan fokus penelitian di suatu peristiwa di waktu yang sama (Yin R. K., 2018). Metode ini dipandang sebagai metode yang cocok digunakan dalam penelitian karena pada penelitian ini, penulis ingin meneliti, menguraikan, dan menjelaskan suatu kasus yaitu strategi *marketing public relations* yang digunakan PT Asus untuk dapat meraih tujuannya yaitu *top of mind*.

### **3.4 Partisipan dan Informan**

Pada penelitian ini, dipakai metode *purposive sampling* dalam memilih partisipan dan informannya. Menurut (Yin R. K., 2018) 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).

Pada penelitian ini, dipilih beberapa partisipan, yaitu orang-orang yang terlibat langsung sebagai PR perusahaan di PT Asus Indonesia:

- a. Muhammad Firman sebagai *Head Of Public Relations* Asus Indonesia yang bertanggung jawab akan perencanaan *Public Relations* perusahaan Asus secara menyeluruh.
  - b. Erlyin sebagai *Public Relations* laptop Vivobook, yang bertanggung jawab sebagai *Public Relations* pada ranah laptop vivobook Asus
  - c. Marissa sebagai *Public Relations* laptop ROG, yang bertanggung jawab sebagai *Public Relations* pada ranah laptop *Republic Of Gamers* (ROG)
- Dan juga memakai Informan yaitu Ibu Magda Harahap selaku dosen dan ahli *Public Relations*.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan 2 teknik, yaitu:

- a. Data Primer

Data yang digunakan oleh pada penelitian ini adalah wawancara. Wawancara merupakan suatu percakapan mendalam yang memiliki suatu tujuan spesifik (Moleong L. J., 2017). Dalam penelitian ini, digunakan transkrip hasil wawancara dengan partisipan yaitu Muhammad Firman, Erlyin, Marissa dan juga hasil wawancara dengan informan yaitu Ibu Magda Harahap selaku ahli bidang *public relations*.

- b. Data sekunder

Merupakan data tambahan dimana data ini digunakan berdasarkan hasil tinjauan studi pustaka yang nantinya akan membantu menambah data dari hasil wawancara dengan para informan. Data tinjauan pustaka bisa didapat dari artikel-artikel, pemberitaan, dokumen, ataupun jurnal yang berhubungan dengan topik penelitian yaitu *marketing public relations* yang bersangkutan dengan teori yang digunakan.

### 3.6 Keabsahan Data

Untuk memproses data diperlukan juga tahapan untuk memvalidasi data yang dimiliki agar dapat memastikan bahwa data telah valid. Salah satu caranya adalah dengan menggunakan triangulasi. Menurut Patton, triangulasi memiliki arti untuk memverifikasi serta membandingkan keandalan dari 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 terdapat empat jenis triangulasi sebagai berikut (Yin R. K., *Case study research and applications: 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*)

Merupakan 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 R. K., Case study research and applications: Design and methods, 2018)

Pada penelitian ini dilakukan proses keabsahan data dengan menggunakan teknik triangulasi sumber yaitu pengumpulan data berbagai macam sumber seperti artikel, data, buku, dan juga melalui wawancara mendalam beberapa narasumber.

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis penjadohan pola atau *pattern matching*, dimana dilakukan untuk membandingkan hasil penelitian strategi *Marketing Public Relations* yang digunakan untuk mempromosikan laptop Asus dengan prediksi awal bahwa strategi *marketing public relations* dengan konsep *7 steps MPR Planning Process* milik Whallen dapat membantu perusahaan untuk mencapai *top of mind*.

Terdapat 5 teknik analisis data menurut (Yin R. K., 2018), yaitu:

#### *1. Pattern Matching*

Teknik penjadohan pola dimana dilakukan perbandingan pola berdasar hasil temuan dengan pola yang diprediksi sebelum data dikumpulkan. Jika pola hasil data dan prediksi mempunyai hasil yang serupa maka hasil tersebut dapat memperkuat validitas dari studi kasus.

#### *2. Explanation Building*

Melakukan eksplanasi yang dilakukan untuk menganalisis data berdasarkan studi kasus. Memiliki tujuan yaitu untuk mengembangkan ide-ide studi lebih lanjut.

#### *3. Time-Series Analysis*

Menurut Yin terdapat dua pendekatan berbeda yaitu analisis deret waktu sederhana dan analisis deret waktu kompleks. Analisis deret waktu sederhana didasarkan pada bagaimana kasus berkembang dari waktu ke waktu dan analisis deret waktu sederhana mirip seperti penjadohan pola.

#### *4. Logic Model*

Melakukan analisis melalui pembangunan model logis yang menjelaskan

bukti-bukti menjadi saling berkaitan (*the chain of evidence*). Model logis harus dapat menjelaskan hubungan sebab-akibat dan hasil dari peristiwa sebelumnya dapat digunakan sebagai stimulus untuk tahap berikutnya.

5. *Cross-case Synthetis*

Analisis data untuk studi kasus yang berisi lebih dari satu organisasi kasus. Teknik analisis ini dilakukan untuk menganalisa studi kasus ganda dan dilakukan dengan menggabungkan hasil penelitian dari seluruh rangkaian studi untuk menjelaskan dan memperkuat penelitian.

