

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Menurut Sulaiman (2018), paradigma merupakan asumsi-asumsi yang dijadikan dasar oleh seorang ilmuwan atau peneliti untuk melihat sebuah gejala yang diteliti dan dapat mempengaruhi jalan pikiran. Creswell dalam Sulaiman (2018) membagi paradigma menjadi post-positivisme, konstruktivisme, advokasi partisipatoris, dan pragmatisme.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma *post-positivist* yang mempelajari untuk mengidentifikasi penyebab yang mempengaruhi hasil pada suatu permasalahan yang ada (Creswell, 2014). Selain itu, menurut Phillips & Burbules dalam Creswell (2014) salah satu asumsi penting dalam paradigma *post-positivist* adalah tidak ada kebenaran absolut yang dapat ditemukan.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendapatkan informasi dan memahami bagaimana strategi *employer branding* yang dilakukan oleh Telkomsel pasca *rebranding*. Penelitian ini menarik untuk diteliti karena peneliti ingin mengetahui strategi *employer branding* yang dilakukan oleh Telkomsel setelah melakukan *rebranding*.

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

Peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif bersifat deskriptif karena topik penelitian yang membahas strategi *employer branding* Telkomsel pasca *rebranding*. Menurut Sugiyono (2013) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk menggali pemahaman terhadap fenomena-fenomena yang ada di dunia bukan mencari kebenaran yang mutlak. Denzin & Lincoln dalam Moleong (2013) mengatakan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian berlatar alamiah, dengan tujuan menafsirkan fenomena yang terjadi menggunakan metode penelitian kualitatif seperti wawancara, pengamatan, dan pemanfaatan dokumen.

Penelitian deskriptif menurut Sugiyono (2013) merupakan penelitian yang membahas dan terfokus pada suatu variabel mandiri baik pada satu variabel atau lebih dan tidak bertujuan untuk membuat perbandingan atau mencari hubungan dengan variabel lain. Selain itu, penelitian deskriptif dapat membantu peneliti untuk mengeksplorasi suatu situasi sosial yang akan diteliti secara menyeluruh, luas, serta mendalam. Penelitian ini bersifat deskriptif karena ingin mengetahui secara menyeluruh strategi *employer branding* di Telkomsel pasca *rebranding* berdasarkan perspektif partisipan dan informan.

### **3.3 Metode Penelitian**

Menurut Yin (2018) metode penelitian studi kasus merupakan metode yang digunakan untuk menganalisa dan memahami sebuah kejadian nyata yang terjadi. Menurutnya, secara definisi luas studi kasus dapat mencakup metode penelitian lain dengan menggunakan pola berpikir sendiri, teknik mengumpulkan data, dan cara spesifik untuk menganalisa data.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus untuk menganalisa dan memahami strategi *employer branding* yang ada di Telkomsel pasca *rebranding*.

### **3.4 Key Informan dan Informan**

Menurut Spradley dalam Sugiyono (2013), istilah populasi disebut sebagai "*social situation*" yang terdiri atas: tempat, pelaku, dan aktivitas. Situasi tersebut dapat dinyatakan sebagai objek penelitian yang ingin diteliti. Pada penelitian kualitatif, sumber data yang dicari dilakukan secara *purposive*. Sedangkan menurut Sugiyono (2013), *purposive sampling* adalah teknik untuk menentukan sampel dengan berdasar pada pertimbangan tertentu yang dibuat berdasarkan dengan subjek penelitian. Hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasikan melainkan hanya berlaku pada situasi sosial yang sedang diamati.

Berdasarkan pengertian di atas, untuk memenuhi tujuan penelitian maka peneliti melibatkan beberapa partisipan yaitu:

1. Azhar Rijal Fadhlillah – *Officer Human Capital Communication Strategy & Employer Branding* Telkomsel

Azhar Rijal merupakan partisipan dalam penelitian ini karena merupakan pihak yang merencanakan strategi *employer branding* Telkomsel baik dari sebelum dan sesudah *rebranding*.

2. Natasha Hilal – *Staff Human Capital People Communication Strategy & Employer Branding* Telkomsel

Natasha Hilal merupakan pihak yang memberikan informasi mengenai strategi *employer branding* Telkomsel pasca *rebranding*.

### 3.5 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Yin (2018) dalam penelitian studi kasus, terdapat enam teknik pengumpulan data yang pada umumnya digunakan yaitu: dokumentasi, catatan arsip, wawancara, observasi langsung, observasi partisipan, dan artefak fisik. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua dari enam teknik pengumpulan data yang dikemukakan yaitu wawancara sebagai teknik pengumpulan data primer dan observasi langsung sebagai teknik pengumpulan data sekunder.

Menurut Rubin & Rubin dalam Yin (2018) wawancara dalam studi kasus lebih menyerupai ke percakapan yang terpadu dibandingkan dengan pertanyaan terstruktur. Hal ini membuat wawancara dapat bersifat lebih mengalir dibandingkan kaku. Selain itu, metode wawancara menggunakan alat bantu rekam juga merupakan hal yang lumrah untuk membantu peneliti ketika mengolah data dibandingkan dengan menulis catatan ketika wawancara berlangsung.

Menurut Yin (2018), observasi langsung dapat dilakukan baik berbentuk formal dan kasual. Kegiatan formal dapat dilakukan mulai dari menganalisa kejadian tertentu dalam suatu rentang waktu tertentu, mengamati kegiatan *meeting*, hingga mengikuti kegiatan produksi. Kegiatan kasual dapat dilakukan dengan bentuk turun ke lapangan untuk observasi atau mengamati ketika melakukan kegiatan wawancara. Pada penelitian kali ini, peneliti melakukan observasi melalui media sosial utama yang dimiliki oleh Telkomsel untuk kegiatan *employer branding*-nya.

### 3.6 Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2013), dalam menentukan keabsahan data perlu dilakukan sebuah triangulasi untuk menentukan seberapa kredibel data yang dikumpulkan dan diolah. Triangulasi merupakan teknik yang menggabungkan beberapa teknik pengumpulan data dan sumber yang berbeda. Tetapi, menurut Susan Stainback dalam Sugiyono (2013), triangulasi dilakukan bukan hanya untuk menguji seberapa benar suatu fenomena melainkan untuk meningkatkan pemahaman peneliti terhadap objek yang diteliti.

Pada penelitian kali ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dalam menentukan keabsahan data. Triangulasi sumber menurut Sugiyono (2013) adalah teknik triangulasi dengan mengumpulkan data melalui sumber yang berbeda-beda tetapi dengan teknik yang sama.

### 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2013) teknik analisis data adalah suatu proses sistematis yang dilakukan selama mencari dan menyusun data yang diperoleh baik melalui hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Analisis data kualitatif memiliki sifat induktif yaitu mengumpulkan data terlebih dahulu lalu melakukan analisa berdasarkan data yang diperoleh.

Pada penelitian ini, teknik analisis data yang digunakan adalah *pattern matching*. Menurut Yin (2018) teknik *pattern matching* merupakan teknik yang membandingkan pola empiris yang didapatkan setelah mengumpulkan data dengan pola yang diprediksi oleh peneliti sebelum mengumpulkan data. Teknik *pattern matching* yang digunakan adalah *pattern matching for processes and outcomes* yang berfokus pada proses dan hasil berdasarkan pada objek penelitian.