

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara pandang umum atau cara seseorang melihat suatu fenomena atau realitas (Muhammad, 2011, p. 2). Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah *post positivism*. Paradigma *post positivism* adalah paradigma yang berusaha mencari dan menemukan sebuah makna dari suatu realitas, seperti realitas sosial. Realitas ini terikat dengan konteks, kompleks, dinamis dan bermakna (Muhammad, 2011, p. 7). Peneliti menggunakan paradigma *post-positivism* karena memiliki tujuan untuk memahami sekaligus mendeskripsikan strategi perusahaan dalam menerapkan aktivitas *marketing public relation* dalam mempertahankan *purchase intention* selama masa pandemic.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini adalah kualitatif. Menurut Creswell (2018, p. 254), penelitian kualitatif merupakan penelitian yang bergantung pada data jenis tulisan dan gambar. Selain itu, penelitian kualitatif juga dinilai memiliki cara analisis data yang unik dan kesimpulan ditarik dari berbagai desain. Data cenderung ditampilkan, ditafsirkan lalu kesimpulan dapat ditarik dari berbagai desain sehingga bisa mengindikasikan hasil potensial dari penelitian ini tersebut. Sifat penelitian ini adalah deskriptif. Dalam penelitian Zellatifanny & Mudjiyanto (2018, p. 84), penelitian deskriptif artinya menyajikan suatu gambar yang terperinci terkait suatu situasi, kondisi, atau hubungan khusus. Hidayat Syah menyatakan bahwa penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk menemukan pengetahuan seluas-luasnya terhadap suatu objek penelitian pada masa tertentu. Menurut Punaji Setyosari, penelitian deskriptif adalah penelitian yang memiliki tujuan untuk menjelaskan atau mendeskripsikan suatu keadaan, peristiwa, objek atau orang dan segala sesuatu yang berkaitan dengan variabel yang dapat dijelaskan baik dengan kata-kata maupun angka (Samsu, 2017, p. 65).

3.3 Metode Penelitian

Jenis metode yang digunakan peneliti adalah penelitian deskriptif melalui studi kasus. Studi kasus merupakan penelitian yang melihat suatu objek yang diteliti sebagai kasus (Samsu, 2017, p. 64). Menurut Kriyantono (2014) dalam penelitian (Haryanti & Sari, 2019), studi kasus adalah metode riset yang memanfaatkan sebanyak mungkin data dari berbagai sumber yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi dan peristiwa secara sistematis dan komprehensif.

3.4 Partisipan dan Key Informan

Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* dalam memilih partisipan dan informan. Menurut Sugiyono (2013) *purposive sampling* merupakan teknik yang membutuhkan pertimbangan dan kriteria tertentu dalam menentukan sampel. Yin (2018) menyatakan bahwa pemilihan partisipan yang terlibat dengan objek penelitian harus dilakukan sebelum melaksanakan wawancara. Oleh karena itu, partisipan yang dipilih dalam penelitian ini adalah pihak yang terlibat dalam penyusunan strategi *marketing public relations* Tiket.com dalam mempertahankan *purchase intention* selama masa pandemi.

Informan adalah mereka yang mempunyai informasi yang kita butuhkan dan dapat menceritakan pengalaman yang berkaitan dengan informasi bersangkutan. Informan juga harus terlibat dengan gejala, peristiwa atau masalah yang dibahas sehingga dengan kata lain, mereka mengalami secara langsung. Informan bersedia untuk diwawancarai dan tidak berada di bawah tekanan sehingga sadar akan keterlibatannya. Syarat utama dari seorang informan penelitian adalah kaya akan informasi yang diperlukan dan kredibel (Raco, 2010, p. 109).

Partisipan dalam penelitian ini adalah Sandra Darnosumarto selaku *PR Manager*, Nugraha Arisha selaku *Campaign Manager* dan Calvin Prastyo selaku *Senior Brand Manager* Tiket.com, sementara informan dalam penelitian ini adalah Magda Harahap selaku Ahli MPR yang akan melakukan verifikasi apakah strategi tersebut sudah dilaksanakan dengan benar.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer berasal dari wawancara mendalam narasumber sedangkan data sekunder berupa dokumentasi. Menurut Arikunto (1993) dalam (Samsu, 2017, p. 96), wawancara merupakan sebuah dialog yang dilakukan oleh *interviewer* untuk mendapatkan informasi dari yang terwawancara. Peneliti bisa melaksanakan wawancara secara tatap muka dengan partisipan, telepon atau terlibat dalam sebuah *focus group interviews* dengan jumlah 6-8 narasumber.

Tipe wawancara ini terdiri dari pertanyaan semi terstruktur, dan *open ending* karena dimaksudkan untuk memperoleh pandangan atau pendapat para narasumber. Selama penelitian berlangsung, peneliti juga bisa menggunakan data dokumen publik seperti koran, hasil rapat, raport resmi dan dokumen personal seperti *emails*. (Creswell & Creswell, 2017, p. 655).

3.6 Keabsahan Data

Sebuah penelitian dapat dikatakan valid atau dapat dipercaya apabila sudah melewati uji keabsahan data. Peneliti dapat menguji keabsahan data berdasarkan perpanjangan keikutsertaan, ketekunan observasi dan triangulasi (Samsu, 2017, p. 100). Triangulasi adalah teknik untuk menguji keterpercayaan data (keabsahan) dengan memanfaatkan hal lain di luar data untuk keperluan pengecekan ataupun sebagai perbandingan terhadap data tersebut.

Menurut Patton (1987), triangulasi dibagi berdasarkan penggunaannya yaitu sumber, metode dan teori (Samsu, 2017, pp. 101-102).

1. Triangulasi sumber: Triangulasi yang membandingkan dan memeriksa ulang keterpercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui perbandingan bentuk tunggal data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan observasi langsung di lapangan oleh peneliti.
2. Triangulasi metode: Triangulasi yang melakukan pemeriksaan ulang terhadap kecocokan informasi terkait teknik-teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti.

3. Triangulasi teori: Triangulasi yang meyakini bahwa fakta tertentu tidak dapat diperoleh kepercayaannya apabila hanya didasarkan pada satu teori. Fakta harus diperiksa ulang dengan dua teori atau lebih.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan menggali informasi dari tiga narasumber yang berpartisipasi langsung dalam melaksanakan strategi *Marketing Public Relations* Tiket.com dalam mempertahankan *purchase intention* selama masa pandemi dan mengkonfirmasi hasil wawancara tersebut kepada informan yang ahli di bidang *Marketing Public Relations* sebagai acuan kesesuaian teori dengan praktek yang dilakukan oleh partisipan.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah tahap interpretasi data yang didapat dari hasil penelitian di lapangan. Selain itu, analisis data juga dapat diartikan sebagai langkah atau upaya yang menggambarkan data yang diperoleh secara naratif atau deskriptif. Penyimpulan atau penjelasan dari analisis data melahirkan sebuah kesimpulan penelitian (Samsu, 2017, p. 103). Yin (2018, p. 194) menyebutkan terdapat lima teknik untuk menganalisis data, antara lain:

1. *Pattern Matching*

Pattern matching atau penjodohan pola merupakan teknik yang membandingkan temuan dari hasil penelitian studi kasus dengan prediksi sebelum data dikumpulkan (perbandingan pola berbasis empiris). Jika pola empiris dan prediksi menghasilkan hasil serupa, maka hasil tersebut dapat membantu memperkuat validitas dari studi kasus.

2. *Explanation Building*

Explanation building atau pembangunan teknik analisis yang membangun penjelasan terkait kasus yang diteliti. Tujuan dari teknik ini untuk mengembangkan ide-ide untuk studi lebih lanjut, bukan untuk menyimpulkan studi.

3. *Time Series Analysis*

Time series analysis atau analisis deret waktu merupakan teknik analisis analog yang dapat memberikan informasi terkait urutan suatu waktu berdasarkan urutan kejadian yang sudah terjadi. Semakin rumit dan tepat polanya, analisis deret waktu akan semakin dapat memberikan dasar yang kuat bagi kesimpulan studi kasus.

4. *Logic Models*

Logic models atau model logika merupakan teknik analisis yang mengoperasionalkan rantai peristiwa atau kejadian kompleks dalam rentang waktu yang lama untuk menunjukkan bagaimana aktivitas kompleks tersebut berlangsung. Pola peristiwa yang digunakan adalah sebab-akibat secara berulang sehingga hasil peristiwa sebelumnya bisa menjadi stimulus (peristiwa sebab akibat) untuk tahap berikutnya.

5. *Cross Case Synthesis*

Cross case synthesis merupakan teknik analisis yang hanya berlaku untuk analisis studi kasus ganda (empat teknik sebelumnya dapat digunakan pada studi kasus tunggal maupun ganda). Teknik analisis ini. Teknik analisis ini menggabungkan hasil penelitian dari seluruh rangkaian studi individu untuk memperkuat kejelasan kebenaran penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis data *pattern matching* atau penjodohan pola untuk membandingkan hasil penelitian program *marketing public relations* Tiket.com pada kampanye OTW selama pandemi dengan prediksi awal bahwa *marketing public relations* dengan konsep *7 steps of MPR*

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A