

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sebuah pandangan dari penelitian yang berfungsi untuk mengetahui atau melihat fakta dan realita, mencerna dan memahami fenomena, serta tahapan yang mempunyai kegunaan untuk memaknai temuan dari penelitian yang dilakukan (Patton, 2015). Terdapat tiga aspek dari paradigma post positivistik diantaranya aspek ontologi, epistemologi, dan aksiologi.

A. Ontologi

Ontologi merupakan tentang objek serta pengetahuan, paradigma post-positivisme membahas tentang realitas sebagai objek tersebut. Realitas dipandang menjadi sesuatu yang nyata, namun tidak dapat ditelaah dengan sempurna dan merupakan suatu probabilitas.

B. Epistemologi

Epistemologi merupakan sebuah kajian subjek atau pengamat dari objek. Dari segi ilmu epistemology, subjek pada paradigma post-positivisme ialah teori atau temuan yang kemungkinan serta diduga benar.

C. Aksiologi

Ilmu aksiologi berusaha menyelidiki nilai-nilai pada kehidupan. Aksiology dalam paradigma post-positivisme dilakukan dengan cara bereksperimen serta menguji kebenaran hipotesis sebagai pertanyaan dengan variasi jawaban.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Menurut Creswell & Poth (2018, p. 35), penelitian kualitatif adalah teknik penelitian dengan mengumpulkan data dalam pengaturan alami yang sensitif terhadap orang dan tempat yang diteliti, kemudian analisis data dilakukan baik secara induktif maupun deduktif untuk menetapkan suatu pola. Dapat disimpulkan bahwa hasil akhir dari penelitian yang diharapkan dari jenis penelitian kualitatif

yaitu untuk mengungkapkan pandangan baru dan mengubah pemahaman pada arti dari keterlibatan dalam komunikasi, baik sebagai anggota kelompok kepentingan ataupun sebagai orang praktisi. Fokus dari penelitian kualitatif tidak untuk jangka panjang, mengenai pemahaman mendalam tentang suatu isu yang terjadi.

Penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif, sebuah penelitian membutuhkan data berupa gambar, audio, maupun video untuk dikumpulkan dan mengubahnya menjadi sebuah kalimat yang disusun menjadi kalimat panjang atau deskriptif. Selain itu, penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna dari sejumlah individu maupun kelompok yang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell & Poth, 2018).

3.3 Metode Penelitian

Studi kasus merupakan metode penelitian yang memusatkan pada perhatian suatu kasus atau beberapa kasus secara intensif, terinci dan mendalam. “Kasus” bisa merujuk pada suatu organisasi atau perusahaan, komunitas, kelompok sosial, kejadian, isu, aktivitas, dan kampanye maupun proses. Studi kasus bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai suatu kasus atau peristiwa yang sesuai dengan konteksnya.

Menurut Yin (2018, p. 14) penelitian studi kasus memiliki tiga jenis studi kasus diantaranya, eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif. Penelitian ini menggunakan jenis studi kasus deskriptif, karena pada studi kasus ini memiliki tujuan untuk membuat deskripsi secara terstruktur, nyata, dan akurat tentang fakta dari fenomena yang sedang di alami. Oleh sebab itu, penelitian ini menggunakan metode studi kasus oleh (Yin, 2018) karena ingin mengetahui fenomena yang terjadi di Hotel Neo+ Kebayoran.

3.4 Informan dan Partisipan

Menurut Yin (2017, p. 287) pada penelitian studi kasus, partisipan penelitian ialah subjek penelitian yang terlibat langsung dengan kasus yang diteliti, serta penelusuran informasi dilakukan melalui wawancara. Partisipan penelitian yang digunakan dalam penelitian biasanya diminta untuk meninjau ulang laporan rancangan studi kasus.

Pada penelitian kualitatif, partisipan dipilih melalui *purposive sampling* dimana sampel yang dijadikan partisipan dipilih secara spesifik dan sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian agar mendapatkan informasi yang spesifik, luas, dan relevan (Yin, 2017, p. 93). *Purposive sampling* dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan partisipan penelitian yang spesifik dan sesuai dengan kriteria partisipan yang telah ditetapkan. Karena itu, adanya kriteria partisipan yang sesuai dengan kebutuhan data pada penelitian ini yaitu:

- A. Mereka yang mengerti dengan masalah penelitian yang akan dibahas.
- B. Mereka yang paham mengenai fenomena yang ada pada saat pandemi Covid-19 tahun 2020 hingga 2022
- C. Mengetahui *tools* pada strategi komunikasi pemasaran untuk digunakan dalam menjalankan bisnis perusahaan.
- D. Bersedia untuk membagi informasi, ilmu, serta pengetahuan mengenai masalah penelitian.
- E. Dapat bertanggung jawab atas kebenaran informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian.

Berdasarkan pemaparan yang telah dijelaskan di atas, dalam mencapai tujuan penelitian ini dapat melibatkan beberapa partisipan, yaitu:

- Choky Harahap – *Sales & Marketing Manager at Hotel Neo+ Kebayoran* Merupakan salah satu pihak yang bertanggung jawab dalam menjalankan rencana strategi komunikasi pemasaran dalam mempertahankan loyalitas pelanggan pada masa pandemi Covid-19.
- Riyo Hananto – *General Manager at Hotel Neo+ Kebayoran* Merupakan hotel manager yang membuat rencana strategi komunikasi pemasaran yang di terapkan oleh Hotel Neo+ Kebayoran.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

3.5.1 Data Primer

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti ialah wawancara mendalam yang menjadi salah satu sumber krusial untuk dapat menjawab pertanyaan mengapa serta bagaimana sebuah keputusan diambil dan di

implementasikan, serta mengetahui *insight* baru yang merefleksikan perspektif informan (Yin, 2017, p. 131).

3.5.2 Data Sekunder

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu mencari dan menggali pengetahuan yang mempunyai hubungan dengan strategi komunikasi pemasaran melalui sumber ilmiah seperti jurnal, buku, dan lainnya.

3.6 Keabsahan Data

Keabsahan data dalam penelitian dapat menunjukkan kredibilitas pada hasil penelitian yang telah didapatkan. Menurut Yin (2018, p. 47) keabsahan data memiliki 4 jenis penggunaan pada bukti yang didapatkan untuk membuktikan sebuah validitas data maupun hasil penelitian yang dilakukan dari triangulasi data, yaitu validitas konstruk. Validitas konstruk mempunyai 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 dibagi menjadi empat bagian diantaranya triangulasi data, validitas *internal*, validitas *eksternal*, dan reliabilitas.

Teknik keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas external melalui wawancara kepada informan. Penelitian ini juga menggunakan sumber dokumentasi dalam menjabarkan proses kegiatan strategi komunikasi pemasaran.

3.7 Teknik Analisis Data

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

- *Pattern Matching*, proses yang dapat membandingkan antara pola yang didasari empiris dengan pola yang diprediksi pada beberapa prediksi alternatif. Tujuan dari teknik ini untuk mengkonfirmasi maupun memperkuat validitas pada teori dan konsep melalui similitas pada suatu penelitian.
- *Explanation Building*, teknik yang dilakukan dengan cara pencocokan pola khusus. Tujuan dari teknik ini untuk dapat menganalisis data dengan menjelaskan tentang kasus tersebut. Teknik ini biasanya relevan digunakan pada studi kasus eksplanatori.
- *Time Series Analysis*, teknik ini dilakukan untuk menganalisis *timeline* secara langsung dalam suatu eksperimen sehingga dapat membuktikan hipotesa penelitian.
- *Logic Models*, pada teknik ini, digunakan dalam mengoperasionalkan suatu rantai kejadian yang cukup lama, dengan tujuan menunjukkan bagaimana kegiatan yang kompleks dapat berjalan.
- *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.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data *pattern matching* atau penjodohan data. Peneliti melakukan pengumpulan data dari strategi komunikasi pemasaran pada Hotel Neo+ Kebayoran yang akan dibandingkan dengan konsep-konsep peneliti gunakan, serta penelitian dengan kasus serupa untuk diuji kesesuaiannya.

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