Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Sifat Penelitian

Pendekatan yang diambil dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan menjabarkan secara jelas permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini. Adapun menurut Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah serta memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau kelompok. Dijelaskan juga penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian secara holistik, dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah serta dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2010, p. 6).

Menurut Bungin (Burhan, 2011, p. 68), deskripsi kualititatif ditujukan untuk memberikan kritikan akan kelemahan penelitian kuantitatif yang terlalu positivisme. Di samping itu, penelitian deskriptif kualitatif juga bertujuan untuk memberikan gambaran atau ringkasan mengenai berbagai kondisi, situasi, hingga fenomena realitas sosial yang ada di masyarakat dan menjadi objek penelitian, sekaligus berupaya untuk menarik realitas tersebut ke

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017

permukaan sebagai ciri, sifat, karakter, model, hingga tanda atau gambaran mengenai hal tersebut.

Penelitian ini bersifat deskriptif karena peneliti akan menjabarkan peran *brand heritage* dalam strategi *corporate communication*, dengan menggunakan studi kasus Anugerah Jurnalistik AQUA. Hal ini sesuai dengan pernyataan Bungin bahwa deskripsi kualitatif lebih tepat digunakan untuk penelitian akan maslah yang membutuhkan studi mendalam (Burhan, 2011, p. 69).

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian dalam "**Peran *Brand Heritage* dalam Membangun *Corporate Image* (Studi Kasus Program Anugerah Jurnalistik AQUA)**" adalah metode studi kasus. Studi kasus adalah studi mendalam yang berfokus pada satu kelompok atau peristiwa saja. Studi kasus adalah teka-teki yang harus dipecahkan dalam tiga langkah dasar, yakni pengumpulan data, analisis data, dan menulis (Burhan, 2011, p. 132). Studi kasus merupakan suatu enkuiti yang menyelidiki suatu fenomena dalam konteks kehidupan nyata, dalam situasi di mana batas antara fenomena dengan konteks tidak tampak secara tegas, serta apabila multisumber bukti dapat dimanfaatkan (Yin, 2004, p. 18).

Peneliti menggunakan metode studi kasus dalam memaparkan Impelementasi *Corporate communication* dalam Membangun Reputasi Melalui *Brand heritage* AQUA Grup, untuk dapat memaparkan hasil penelitian, dengan menggunakan kasus Anugerah Jurnalistik AQUA sebagai objek kajian.

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017

3.3. Informan

Penelitian ini menggunakan instrumen wawancara mendalam. Dalam wawancara mendalam, informan yang akan peneliti wawancarai antara lain adalah:

1. Gilang Sasmoyo, Project Manager AJA V (Anugerah Jurnalistik AQUA V).

   Gilang merupakan *Corporate communication Officer* di AQUA Grup dan menjadi *Project Manager* dari program AJA V. Sebagai *Project Manager*, Gilang menjadi narasumber penelitian ini untuk memberikan informasi terkait pelaksanaan AJA V, mulai dari persiapan hingga selesainya program. Hal ini terkait dengan poin *strategic action*, serta *tracking and evaluation* dalam model strategi komunikasi Cornelissen

2. Michael Liemena, Corporate communication Manager AQUA Grup

   Michael Liemena merupakan *Corporate Communication Manager* dari AQUA Grup. Sebagai bagian dari divisi *Corporate Communication* AQUA Grup, Michael menjadi narasumber penelitian ini untuk memberikan informasi mengenai divisi terkait, dalam memberikan masukan akan poin *strategic analysis* dan *strategic intent* dalam model strategi komunikasi Cornelissen.

3. Lisa Oetomo, Istri dari (Alm.) Tirto Oetomo, Pendiri AQUA

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017

Lisa Oetomo merupakan istri dari (Alm.) Tirto Oetomo, pencetus dan pendiri dari AQUA. Ibu Lisa menjadi narasumber penelitian ini untuk memberikan informasi terkait nilai-nilai AQUA serta sejarah AQUA, terkait dengan poin *strategic analysis* dalam model strategi komunikasi Cornelissen.

4. Robert Sanjaya, Cognito Communication Counsellor

   Robert merupakan salah satu konsultan dari *Cognito Communication Counsellor* yang menjadi partner dari Danone AQUA dalam penyelenggaraan program AJA V. Robert menjadi narasumber sekaligus informan ahli dari penelitian ini untuk memberikan informasi terkait poin *strategic action* dan *tracking and evaluation* program ini berdasarkan model strategi komunikasi Cornelissen.

3.4. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Kriyantono (2006, p. 93), teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang ditempuh periset untuk mengumpulkan data penelitian. Terdapat dua metode pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

   Data utama dalam penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam. Teknik wawancara mendalam rekat hubungannya dengan penelitian kualitatif. Wawancara ini merupakan proses memeroleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017

melakukan tanya jawab secara tatap muka antara pewawancara dengan informan. (Hariwijaya, 2007, p. 73).

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui studi pustaka, yaitu melalui buku referensi, jurnal ilmiah, publikasi resmi, *e-journal*, serta laman-laman *website* yang dapat dipertanggungjawabkan penulisannya.

3.5. Teknik Keabsahan Data

Teknik keabsahan data yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan triangulasi data. Menurut Patton dalam Penelitian Komunikasi Kualitatif (Pawito, 2007, p. 99), triangulasi data merujuk kepada upaya peneliti untuk mengakses sumber-sumber yang lebih bervariasi guna memeroleh data berkenaan dengan persoalan yang sama.

Selain itu, data yang telah dikumpulkan perlu diolah dan diedit untuk memudahkan peneliti dalam menganalisis hasil temuan. Mengedit dapat dilakukan dengan memeriksa kembali data-data yang telah diperoleh dan terkumpul, memeriksa apakah sudah terisi secara sempurna, lengkap, dan benar, sehingga data-data yang masih kurang dapat disempurnakan dengan pengumpulan data ulangan ke sumber-sumber yang bersangkutan (Faisal, 2007, p. 33).

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017

3.6. Teknik Analisis Data

Pada teknik analisis data, peneliti mencoba melakukan intepretasi hasil pengamatan. Menurut Faisal, teknik analisis data kualitatif tidak membutuhkan angka, malinkan kata-kata dan interpretasi mendalam dari peneliti sehingga penelitian yang dihasilkan tidak menjadi dangkal. Fokus dari analisis kualitatif adalah penunjukkan makna, deskripsi, penjernihan, dan penempatan data pada konteks masing-masing, serta melukiskannya lebih dalam kata-kata dibanding angka-angka (Faisal, 2007, p. 256).

Miles, Huberman, dan Saldana menawarkan model analisis tiga langkah untuk menganalisis data penelitian kualitatif (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, pp. 12-14). Langkah-langkah tersebut adalah:

1. Kondensasi data

   Merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, pengabstraksian dan pengubahan data-data yang muncul dalam keseluruhan dokumen-dokumen atau materi tertulis penelitian. Proses dari kondensasi data dimulai sejak peneliti memutuskan kerangka kerja, kasus untuk diteliti, pembuatan data pertanyaan, dan pendekatan pengumpulan data. Kemudian kondensasi data juga terjadi ketika menuliskan ringkasan, pengelompokan data, mengembangkan tema, dan penulisan memo analisis. Proses ini terus berjalan hingga penulisan penelitian selesai.

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017

2. *Display* data

Adalah upaya merangkai informasi hasil temuan yang terorganisir dalam upaya menggambarkan kesimpulan dan mengambil tindakan. Data dapat ditampilkan dalam rupa matriks, grafik, bagan, dan narasi, yang seluruhnya didesain untuk menghimpun data-data yang terlah terorganisir menjadi bentuk yang padar dan mudah diakses agar peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan mengambil kesimpulan.

3. Penarikan dan verifikasi kesimpulan

Adalah aktivitas analisis dimana pada awal pengumpulan data, peneliti memutuskan bermakna tidaknya suatu hal, berikut juga dengan keteraturan, pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, hubungan sebab akibat hingga preposisi. Penarikan kesimpulan juga diverifikasikan dalam proses analisis. Verifikasi merupakan tahap akhir dalam proses analisis data yang ditandai dengan menarik kesimpulan yang dianggap paling tepat untuk menggambarkan hasil penelitian.

Peran Brand..., Narissa Nadine, FIKOM UMN, 2017