

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Christie & Fleischer dalam Yin (2018), paradigma adalah interpretasi konsep yang membentuk dasar pandangan dunia alternatif (pandangan dunia yang berbeda). Yin memperkenalkan gagasan studi kasus dalam kerangka ilmu sosial. Pandangan post-positivisme menggambarkan bagaimana ia merumuskan studi kasus sebagai suatu bentuk penyelidikan empiris (Yin, 2018). Tujuan dari peneliti post-positivisme adalah menggunakan ilmu pengetahuan sebagai alat untuk memahami realitas, dengan kesadaran bahwa semua pengukuran memiliki keterbatasan. Dalam Yin (2018), dijelaskan bahwa paradigma post-positivisme melihat dunia dengan menerima kondisi yang lebih berbasis probabilitas daripada prinsip "seperti hukum" yang ada dalam positivisme asli. Hal ini berarti paradigma post-positivisme mengakui tingkat ketidakpastian sebagai pengganti pemahaman yang bersifat mutlak.

Penelitian ini menerapkan paradigma post-positivisme karena fokusnya adalah untuk mengamati interaksi antara subjek penelitian dan objek penelitian. Hasil yang diharapkan dari penelitian ini bukan hanya berupa laporan atau deskripsi, tetapi lebih pada hasil interaksi yang terjadi antara individu dan lingkungannya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis strategi *marketing public relations* yang dilakukan RevivaLTV dalam Instagram @revivaltvid untuk membangun *brand image*

#### 3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian kualitatif adalah pendekatan penelitian yang menghasilkan data dalam bentuk kata-kata, gambar, atau simbol-simbol. Pendekatan kualitatif ini melibatkan proses pengumpulan data yang rinci tentang kasus yang telah dipilih, dan kemudian melakukan analisis yang mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi kasus tersebut (Yin, 2018).

Penelitian ini memiliki sifat deskriptif, yang berarti peneliti harus mengumpulkan data berdasarkan faktor-faktor yang mendukung objek penelitian dan kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut serta mengeksplorasi peran mereka. Yin (2018) menyatakan bahwa penelitian deskriptif dapat memberikan wawasan mendalam tentang realitas sosial dalam suatu kasus tertentu. Wawasan ini dapat memiliki dampak yang lebih luas jika kasus yang diteliti, seperti banyak kasus terkenal lainnya, mencerminkan keberhasilan yang sangat signifikan, dikenal sebagai desain kasus yang sangat sukses (*exemplary case designs*) (Yin, 2018).

### **3.3 Metode Penelitian**

Penelitian ini mengadopsi tipe penelitian studi kasus. Studi kasus adalah salah satu bentuk penelitian kualitatif yang mendalam, berfokus pada sebuah kasus tertentu, seperti individu, kelompok, organisasi, atau peristiwa. Tujuan dari penelitian studi kasus adalah untuk memahami dengan cermat kasus yang diteliti dengan menggunakan berbagai sumber data seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi (Yin, 2018). Penelitian studi kasus biasanya dilakukan dalam cakupan yang terbatas dan terfokus, sehingga temuan yang dihasilkan tidak dapat secara langsung diterapkan secara umum ke populasi yang lebih luas. Studi kasus adalah metode penelitian, studi empiris yang menyelidiki fenomena dalam kehidupan nyata, di mana batas antara fenomena dan konteks tidak terlihat jelas, dan berbagai sumber bukti digunakan (Yin, 2018).

Studi kasus merupakan salah satu metode penelitian dalam ilmu sosial yang tidak hanya digunakan untuk menyelidiki kasus-kasus yang sangat spesifik (Yin, 2018). Dalam konteks ini, "khusus" berarti bahwa studi kasus merupakan sebuah penyelidikan empiris yang bertujuan untuk mendalami suatu fenomena dalam kehidupan nyata, terutama ketika terdapat ketidakjelasan antara fenomena tersebut dan konteks yang mengelilinginya, sehingga memungkinkan penggunaan berbagai sumber bukti yang beragam (Yin, 2018). Secara umum, studi kasus adalah strategi penelitian yang lebih cocok jika pertanyaan penelitian berkaitan dengan "bagaimana" dan "mengapa," dan ketika peneliti memiliki sedikit kontrol atas

peristiwa yang sedang diteliti. Penelitian studi kasus lebih berfokus pada fenomena kontemporer dalam konteks dunia nyata.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan studi kasus untuk menginvestigasi dan memperoleh pemahaman mendalam tentang makna suatu fenomena dimana peneliti ingin mengetahui strategi *marketing public relations* yang dijalankan RevivaLTV. Hasil penelitian berupa data deskriptif yang mencakup informasi dalam bentuk lisan atau tertulis, serta perilaku yang diamati dari individu-individu, dan semuanya ini berhubungan dengan masalah nilai sosial atau aspek kemanusiaan.

### 3.4 Partisipan

Partisipan, menurut Yin (2018), adalah individu yang disusun untuk diwawancarai dalam studi kasus, yang dapat berjumlah satu atau lebih. Pemilihan partisipan dalam studi kasus didasarkan pada kriteria yang telah ditetapkan untuk tujuan mendapatkan informasi yang relevan dan mendalam mengenai subjek studi kasus. Seleksi partisipan ini dilakukan dengan metode *purposive sampling* (penyeleksian yang didasarkan pada pertimbangan yang sesuai) untuk memastikan bahwa partisipan memiliki pengetahuan dan pengalaman yang relevan terkait dengan topik penelitian (Yin, 2018).

Peran partisipan dalam penelitian ini memiliki signifikansi yang besar, karena mereka menjadi sumber data yang memungkinkan peneliti untuk memahami konteks, dinamika, dan interaksi yang terjadi dalam studi kasus yang sedang diteliti. Melalui interaksi dengan partisipan, peneliti dapat memperoleh wawasan yang lebih mendalam tentang isu yang sedang diteliti dan menghasilkan analisis yang komprehensif dan berarti (Yin, 2018). Partisipan yang dibutuhkan dalam memperoleh data terkait strategi *marketing public relations* dalam Instagram @revivaltvid diantaranya adalah dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) *Head of Media*: Ichsan Adam  
*Digital Marketing*: Fadjarin Agam

*Chief Growth Officer:* Irliansyah Wijanarko

*Social Media Manager:* Chirs Frianti

- 2) Pihak yang memiliki peran dan tanggung jawab dalam menjalankan strategi *marketing public relations three ways strategy* di RevivaLTV
- 3) Pihak yang bertugas dalam mengelola sosial media Instagram @revivaltv

Pada partisipan penelitian, akan diajukan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang menjadi fokus dalam proses perancangan strategi *marketing PR* dan bagaimana implementasinya melalui Instagram @revivaltv. Selain itu, akan diperinci tahapan-tahapan spesifik yang harus dilalui dan dijalankan oleh tim membuat strategi tersebut dengan teliti, termasuk pemilihan karakter, pesan yang ingin disampaikan, dan juga alasan memilih Instagram digunakan untuk mempromosikannya.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Menurut Yin (2018), dalam studi kasus, data dikumpulkan melalui berbagai cara, termasuk penggunaan dokumen, arsip, wawancara, observasi, dan barang-barang fisik. Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara dan studi dokumentasi. Wawancara memiliki keunggulan tertentu karena memungkinkan peneliti untuk mengarahkannya secara spesifik ke topik studi kasus, dan hal ini memungkinkan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam. Dengan melakukan wawancara, narasumber dapat menyampaikan penjelasan dan pandangan pribadi, termasuk persepsi, sikap, dan makna. Yin (2018) juga menekankan bahwa wawancara adalah sumber terpenting dari bukti dalam studi kasus, karena dapat membantu dalam menjelaskan "bagaimana" dan "mengapa" dari peristiwa-peristiwa utama, serta memberikan wawasan yang merefleksikan perspektif peserta.

Proses wawancara bertujuan dalam menggali data dari informan. Informan memiliki kemampuan untuk tidak hanya memberikan informasi tentang suatu

subjek kepada peneliti, tetapi juga dapat memberikan rekomendasi mengenai sumber-sumber bukti tambahan yang dapat mendukung, serta membantu dalam mengakses sumber yang relevan (Yin, 2018). Sedangkan, menurut Yin (2018), informan kunci atau *key informan* memiliki peran yang signifikan dan vital dalam penelitian yang, sebab setiap orang memiliki potensi untuk memberikan wawasan penting serta memfasilitasi peneliti dalam menjalankan wawancara yang lebih mendalam.

Pada penelitian kualitatif ini pemilihan informan ahli yang tepat sangatlah penting karena akan membantu peneliti dalam mengetahui mengenai penerapan strategi *marketing public relations three ways strategy* Instagram @revivaltvid dalam meningkatkan *brand image*, maka perlu mewawancarai diantaranya praktisi Ilmu Komunikasi. Penulis memilih untuk mewawancarai Praktisi Media Sosial dan Akademisi yaitu Kevin Sanly Putera, M.I.Kom.

Teknik pengumpulan data selanjutnya ialah dokumentasi. Dokumen dapat mencakup berbagai jenis seperti surat, memorandum, pengumuman resmi, proposal, artikel, agenda, dan lain sebagainya. Penggunaan bukti dokumen ini memberikan manfaat dalam mendukung atau melengkapi bukti dari sumber lain. Dokumen dapat digunakan untuk memverifikasi dengan benar ejaan dan judul organisasi yang disebutkan dalam wawancara (Yin, 2018). Selain itu, dokumen dapat memberikan detail tambahan jika terjadi perbedaan antara bukti dokumen dengan informasi dari sumber lain, yang akan mendorong peneliti untuk melakukan investigasi lebih lanjut terkait topik yang bersangkutan. Dalam penelitian ini, dokumentasi yang dibutuhkan adalah sumber dari buku, jurnal, dan gambar atau foto dari pihak RevivaLTV terkait strategi *marketing public relations* melalui Instagram @revivaltvid.

### **3.6 Keabsahan Data**

Penting untuk menjaga keakuratan penelitian, karena validitas dalam penelitian kualitatif melibatkan penilaian terhadap sejauh mana hasil penelitian

sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan (Yin, 2018). Terdapat berbagai metode yang digunakan untuk memastikan keabsahan atau validitas data, dan dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik triangulasi. Robert K. Yin (2018) menjelaskan bahwa triangulasi data adalah sebuah proses di mana peneliti melakukan pengecekan ulang dan silang terhadap informasi dan data yang diperoleh, dengan tujuan untuk merinci kompleksitas fenomena sosial menjadi konsep yang lebih sederhana.

Teknik triangulasi memiliki empat pendekatan, yaitu triangulasi sumber data, triangulasi pengumpulan data, triangulasi metode, dan triangulasi teori. Dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan triangulasi sumber data sebagai cara valid untuk menguji data penelitian. Peneliti mengumpulkan data (dokumen, observasi, hasil wawancara) dari berbagai narasumber yang memiliki kaitan langsung dengan topik, dan kemudian melakukan perbandingan dan pengecekan data satu sama lain (Yin, 2018).

### **3.7 Teknik Analisis Data**

Yin (2018) menyatakan bahwa menganalisis bukti dalam studi kasus merupakan tugas yang cukup kompleks karena strategi dan tekniknya belum sepenuhnya teridentifikasi di masa lalu. Namun, dalam setiap penelitian, perlu dimulai dengan strategi analisis umum yang memberikan gambaran tentang apa yang akan dianalisis dan alasan mengapa. Dalam konteks ini, Robert K. Yin dalam bukunya "*Case Study Research and Applications: Design and Methods*" edisi keenam (2018) mengidentifikasi lima teknik analisis, yaitu *pattern matching*, *explanation building*, *time-series analysis*, *logic models*, dan *cross-case synthesis*:

#### 1) *Pattern Matching* (Penjodohan Pola)

Teknik ini berfokus pada identifikasi pola pada bukti atau pada data yang dikumpulkan dalam studi mengenai organisasi, fenomena, atau lainnya. Ini melibatkan pencarian dan penerapan pola yang mungkin ditemukan.

2) *Explanation Building* (Pembangunan Penjelasan)

Teknik ini melibatkan penciptaan hubungan sebab-akibat di antara berbagai bukti atau data untuk menjelaskan apa yang terjadi dan mengapa.

3) *Time-Series Analysis* (Analisis Deret Waktu)

Dalam analisis deret waktu, ada pendekatan sederhana dan kompleks. Pendekatan sederhana fokus pada perkembangan kasus dari waktu ke waktu, mirip dengan pencocokan pola.

4) *Logic Model* (Model Logika)

Melibatkan pembuatan model logis yang menjelaskan bagaimana bukti-bukti terkait satu sama lain dan menggambarkan hubungan sebab-akibat.

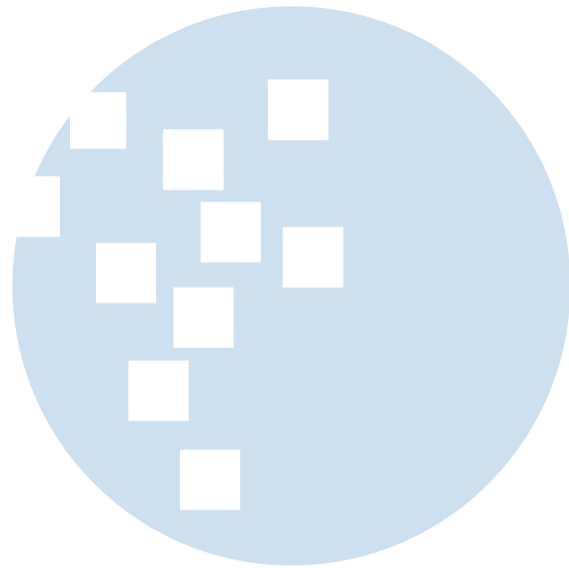
5) *Cross-case Synthesis* (Sintesis Lintas Kasus)

Teknik ini lebih cocok untuk studi yang melibatkan dua atau lebih kasus atau organisasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik logika *pattern matching* atau pencocokan pola. Fokusnya adalah pada pertanyaan "mengapa" dan "bagaimana". Penelitian ini dimulai dengan mengidentifikasi beberapa pola temuan yang diharapkan pada awal studi kasus, kemudian membandingkannya dengan data empiris yang ditemukan dalam studi kasus. Hasil dari pencocokan pola ini disertai dengan penjelasan rinci tentang faktor-faktor yang memengaruhi tren tersebut.

Intinya, pada logika ini yaitu membandingkan pola berdasarkan data empiris dengan pola yang telah diprediksi sebelumnya. Jika keduanya cocok, ini dapat memperkuat validitas internal studi kasus. Logika ini akan digunakan untuk menganalisis studi kasus tentang strategi *marketing public relations three ways strategy* yang dijalankan oleh RevivaLTV melalui Instagram @revivaltvid, dengan membandingkan pola dalam *Three Ways Strategy* milik Thomas L. Harris dalam Ruslan (2020) dengan data empiris

tentang tahapan pembuatan visual storytelling yang diperoleh dari wawancara dengan partisipan penelitian.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA