

BAB III

METODOLOGI

3.1 Paradigma Penelitian

Penelitian ini mengkaji performa komunikatif seorang Chief Marketing Officer (CMO) di organisasi KG Media dengan menggunakan paradigma post-positivistik. Paradigma dipahami sebagai cara pandang atau kerangka berpikir yang digunakan peneliti untuk memahami realitas sosial. Paradigma tidak hanya berfungsi sebagai alat bantu metodologis, tetapi juga memberi arah dalam memaknai apa yang dianggap penting, valid, dan layak diteliti (Mulyana, 2013).

Peneliti menggunakan paradigma post-positivistik guna meneliti fenomena sosial yang kompleks namun tetap membutuhkan pendekatan ilmiah yang sistematis. Dalam konteks performa komunikatif pemimpin, paradigma ini memungkinkan peneliti untuk mengamati fenomena sosial secara empiris, mengidentifikasi pola yang muncul, dan membangun eksplanasi yang dapat diuji. Dengan tetap mempertahankan objektivitas, paradigma ini juga membuka ruang untuk memahami bahwa realitas sosial tidak selalu sepenuhnya dapat dijelaskan secara tunggal.

Secara ontologis (mengenai hakikat realitas), paradigma ini menganut paham critical realism, yaitu keyakinan bahwa realitas memang ada secara objektif, tetapi pemahaman manusia terhadap realitas tersebut bersifat terbatas dan selalu dipengaruhi oleh konstruksi sosial serta interpretasi subjektif. Dalam konteks penelitian ini, performa komunikatif pemimpin tidak dapat dianggap sebagai sesuatu yang tunggal dan objektif, melainkan merupakan hasil konstruksi sosial yang terbentuk melalui interaksi antara pemimpin dan anggota organisasi dalam konteks budaya organisasi. Dengan kata lain, realitas komunikasi kepemimpinan di organisasi media bersifat dinamis, kontekstual, dan bergantung pada pengalaman serta persepsi para aktornya (Denzin & Lincoln, 2018).

Secara epistemologis (mengenai bagaimana realitas diketahui), paradigma post-positivistik mengakui bahwa pengetahuan tidak pernah benar-benar netral atau absolut. Meskipun tetap menjunjung logika ilmiah dan prinsip objektivitas, pengetahuan dalam paradigma ini dibangun melalui pengamatan sistematis, teori yang diuji, serta refleksi kritis terhadap data. Dalam penelitian ini, peneliti berperan sebagai pengamat yang tetap menjaga

jarak kritis namun tetap interaktif, artinya peneliti menginterpretasikan makna dari performa komunikatif berdasarkan data yang dikumpulkan dari aktor-aktor dalam organisasi, tanpa melakukan manipulasi atau intervensi terhadap situasi alami yang diteliti.

Dari sisi aksiologis (mengenai peran nilai), paradigma post-positivistik berupaya menjaga agar nilai-nilai pribadi peneliti tidak memengaruhi proses dan hasil penelitian. Meskipun nilai tidak dapat sepenuhnya dihilangkan, peneliti berusaha mengontrol bias dan tidak menyatakannya secara eksplisit dalam analisis. Dalam penelitian ini, tujuan utamanya adalah menciptakan pengetahuan baru yang relevan secara praktis dan teoretis. Hasil penelitian tidak hanya akan memberikan pemahaman mendalam mengenai performa komunikatif pemimpin di lingkungan media, tetapi juga memberikan kontribusi strategis bagi pengembangan praktik komunikasi kepemimpinan yang lebih efektif di organisasi media modern.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji fenomena performa komunikatif dalam konteks lingkungan organisasi di industri media. Menurut Creswell (2013), penelitian kualitatif adalah cara untuk memahami dan mengeksplorasi makna yang diberikan oleh individu atau kelompok terhadap suatu masalah sosial. Penelitian kualitatif berkaitan dengan ide, persepsi, pendapat dan keyakinan dari partisipan yang diteliti. Semua ini tidak bisa diukur dengan angka.

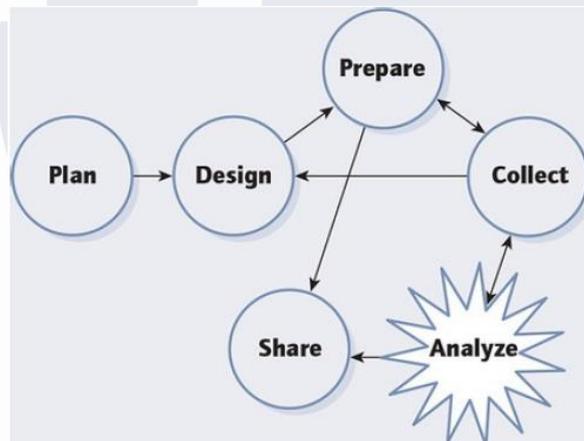
Penelitian kualitatif deskriptif adalah salah satu cara terbaik untuk membantu peneliti menganalisis dan mendeskripsikan data. Penelitian deskriptif biasanya bertujuan untuk mengukur dengan cermat suatu fenomena tertentu. Dalam metode ini, data yang terkumpul akan diuraikan menjadi bentuk deskripsi sesuai dengan fenomena yang terjadi.

Penelitian ini dimulai dengan konsep yang jelas, lalu menekankan detail atau deskripsi yang rinci, lengkap, akurat dan berkualitas. Literatur yang digunakan sebagai acuan tidak menjadi pegangan utama dan bersifat sementara, karena selama proses penelitian pada lapangan dapat berkembang dan muncul hal-hal baru. Masalah yang diangkat juga bersifat sementara dan akan ditemukan setelah studi pendahuluan atau literatur. Kerangka berpikir dilakukan secara induktif dengan tujuan menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, serta memperoleh pemahaman makna.

3.3 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Robert K. Yin mendefinisikan studi kasus sebagai sebuah penelitian empiris yang menyelidiki suatu fenomena kompleks dalam konteks kehidupan nyata secara mendalam (Yin, 2014).

Menurut Creswell dan Poth (2017), analisis studi kasus merupakan sebuah proses dengan beberapa tahapan penting: mengidentifikasi dan menganalisis kasus-kasus terdahulu yang relevan, mengumpulkan data, menganalisis kasus saat ini secara komprehensif, lalu membentuk pernyataan. Untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam, peneliti akan mengumpulkan berbagai bentuk data kualitatif. Mulai dari wawancara, dokumen terkait, hingga observasi.



Gambar 3.1 Desain Penelitian Studi Kasus Robert K. Yin (2018)

Metode penelitian studi kasus digunakan sebagai strategi untuk menjawab pertanyaan "bagaimana" dan "mengapa," sehingga memungkinkan eksplorasi mendalam terhadap fenomena yang diteliti. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai hubungan sebab-akibat dalam suatu konteks tertentu, dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang memengaruhi dinamika yang terjadi. Melalui analisis yang mendalam, studi kasus memungkinkan peneliti untuk mengidentifikasi pola, mengeksplorasi mekanisme yang mendasari suatu peristiwa, serta memahami implikasi dari setiap variabel yang terlibat dalam penelitian. Studi kasus ini dibagi lagi menjadi tiga jenis, yakni deskriptif, eksploratif, dan eksplanatif. Penelitian ini menggunakan studi kasus deskriptif. Dilakukan untuk meneliti sebuah kelompok, manusia, objek suatu kondisi, sistem pemikiran atau suatu peristiwa yang terjadi pada masa sekarang.

3.4 Partisipan dan Partisipan

Partisipan merupakan orang yang mampu memberikan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian tentang situasi dan kondisi yang ada secara nyata. Sehingga data yang dihasilkan akurat dan terpercaya. Data yang diperoleh dari partisipan berupa pernyataan, keterangan, dan penjabaran pengalaman.

Menurut Yin, partisipan tidak hanya berperan sebagai pemberi keterangan kepada peneliti, tetapi juga dapat memberikan rekomendasi mengenai sumber-sumber bukti lain yang relevan. Selain itu, partisipan juga berkontribusi dalam memfasilitasi akses peneliti ke sumber-sumber tersebut, sehingga memperkaya data yang dikumpulkan.

Partisipan yang akan diteliti yaitu Dian Gemiano, sebagai *Chief Marketing Officer* di departemen *marketing* KG Media sejak 2018. Dian Gemiano merupakan salah satu sosok manajer yang berperan penting dalam mengelola budaya dan komunikasi organisasi di departemen pemasaran dan menjadi pen jembatan antara karyawan beserta kepala bagian yang berasal dari berbagai generasi.

Partisipan dan partisipan dipilih berdasarkan beberapa kriteria tertentu demi mempertahankan relevansi dan validitas data yang dikumpulkan. Partisipan penelitian yang akan diwawancara terdiri dari pimpinan unit dan karyawan yang bekerja di departemen marketing KG Media. Karyawan tersebut adalah mereka yang secara rutin dan intens bekerja dengan *Chief Marketing Officer*. Latar belakang pemilihan partisipan berdasarkan karakteristik: (1) Merupakan karyawan yang bekerja di KG Media; (2) Telah bekerja di KG Media minimal 5 tahun; (3) Bekerja di bawah atau bersama dengan CMO KG Media.

Tabel 3.1 Matriks Partisipan Penelitian

Nama	Jabatan	Lama Bekerja
Dian Gemiano (Narasumber utama)	<i>Chief Marketing Officer</i> KG Media	7 tahun
Burat Pangeran Limar Prakasa	<i>General Manager Marketing Communication</i> KG Media	7 tahun
Dwi Yuniarti	Sekretaris Direktur	6 tahun
Devie Emza	Digital Sales Deputy Director	13 tahun

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2025)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Studi kasus menurut Yin (2014), memiliki enam sumber bukti untuk dapat dijadikan teknik pengumpulan data. Diantaranya adalah wawancara, dokumentasi, rekaman arsip, observasi langsung, observasi peserta, dan perangkat fisik. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan metode wawancara semi terstruktur dan observasi untuk mendapatkan sumber data primer.

Wawancara dilakukan langsung oleh peneliti secara tatap muka dengan partisipan, dimana peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan terbuka yang relevan untuk mendukung penelitian. Peneliti akan berusaha menggali informasi sebanyak mungkin dengan mengacu pada sudut pandang dan pengalaman partisipan. Analisis akan dilakukan terus menerus dari awal hingga akhir penelitian demi memperkaya data.

Data yang dikumpulkan tidak hanya berasal dari observasi dan wawancara, tetapi juga ditafsirkan berdasarkan konteks sosial dan budaya organisasi (Cresswell, 2013).

3.5.1 Wawancara

Wawancara dibagi menjadi tiga, yaitu wawancara terstruktur, wawancara semi-terstruktur, dan wawancara terbuka. Peneliti menggunakan wawancara semi-terstruktur, dimana wawancara mengacu pada satu rangkaian pertanyaan terbuka. Metode ini memungkinkan pertanyaan baru muncul tergantung dengan jawaban yang diberikan oleh narasumber.

Menurut Kvale dan Brinkmann dalam Creswell (2013), ada tujuh tahap wawancara yang terdiri dari: merumuskan pertanyaan wawancara, melaporkan urutan tahapan yang logis dari sebuah penyelidikan, merancang pertanyaan, wawancara, mentranskripsikan wawancara, verifikasi validitas dan reliabilitas, mengeneralisasi keseluruhan wawancara, serta melaporkan penelitian.

Wawancara penelitian ini dilakukan seluruhnya di kantor Menara Kompas lantai 18. Waktu wawancara menyesuaikan jadwal yang telah disetujui oleh masing-masing partisipan. Durasi pelaksanaan wawancara bersama CMO berlangsung selama 2,5 jam. Sedangkan dengan partisipan lainnya berlangsung selama 1,5 jam.

3.5.2 Observasi

Observasi merupakan salah satu metode utama dalam pengumpulan data pada penelitian kualitatif. Menurut Cresswell (2017), Observasi merupakan kegiatan pengumpulan

data dengan mengamati fenomena di lapangan menggunakan panca indera peneliti untuk melihat, mendengar, dan merasakan apa yang sedang diamati. Observasi biasanya didukung oleh instrumen penelitian tertentu, seperti dokumentasi atau rekaman hasilnya untuk keperluan ilmiah.

Dalam penelitian kualitatif, observasi dilakukan secara langsung di lokasi penelitian untuk mengamati perilaku serta aktivitas individu yang menjadi subjek penelitian. Pada penelitian ini, pencatatan data dilakukan baik secara terstruktur maupun semi-terstruktur, misalnya dengan mengajukan pertanyaan yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti kualitatif dapat menjalankan berbagai peran dalam proses observasi, mulai dari sekadar mengamati tanpa terlibat (non-partisipan) hingga berperan aktif dalam lingkungan yang diteliti (partisipan penuh).

Peneliti menggunakan metode observasi non-partisipan untuk mengamati perilaku narasumber di sela-sela aktivitas yang tidak memungkinkan peneliti untuk ikut serta di dalamnya. Meskipun demikian, peneliti diharapkan memiliki kepekaan dalam melakukan pengamatan (Cresswell, 2013).

Observasi dilakukan di Kantor Menara Kompas dan Gedung O2 Kompas Gramedia, di mana Chief Marketing Officer (CMO) KG Media berperan sebagai pemateri dalam acara *gathering* dan *sharing session*.

3.6 Teknik Keabsahan Data

Keabsahan data dilakukan untuk menguji data-data yang diperoleh melalui penelitian ini. Menurut Yin (2018), salah satu sumber bukti yang telah disebutkan sebelumnya seringkali dijadikan sebagai satu-satunya dasar dalam keseluruhan proses penelitian. Suatu desain penelitian diharapkan menyajikan serangkaian pernyataan logis. Oleh karena itu, terdapat empat pengujian yang relevan, yaitu:

1. Validitas Konstruksi (*Construct Validity*)

Mengidentifikasi ukuran operasional yang tepat untuk konsep-konsep yang akan diteliti.

2. Validitas Internal (*Internal Validity*)

Menentukan hubungan kausal (sebab-akibat) dengan menunjukkan bahwa suatu kondisi dapat memengaruhi kondisi yang lain, bukan sekedar hubungan kebetulan atau semu.

3. Validitas Eksternal (*External Validity*)

Menentukan sejauh mana temuan penelitian dapat digeneralisasikan ke dalam sebuah konteks. Hal ini guna mendukung keabsahan data melalui informasi dari pihak eksternal.

4. Reliabilitas (*Reliability*)

Menunjukkan bahwa penelitian, termasuk dalam proses pengumpulan data, dapat diinterpretasikan dan menghasilkan temuan yang konsisten.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan serangkaian dari pengujian, pengkategorian, pentabulasian, maupun pengkombinasian bukti-bukti yang menunjukkan proporsi awal suatu penelitian (Yin, 2012). Analisis data bertujuan untuk mendeskripsikan data-data yang didapatkan untuk memudahkan pemahaman peneliti dan pembaca. Setelah itu, data yang didapat akan dibuat menjadi sebuah kesimpulan. Peneliti menggunakan teknik analisis data dari Robert K. Yin. Model ini terdiri dari lima proses analisis data, yaitu penjodohan pola (*pattern matching*), pembuatan eksplanasi (*explanation building*), analisis deret waktu (*time-series analysis*), model-model logika (*logic models*), dan *cross-case synthesis*.

Namun, pada penelitian ini, peneliti hanya menggunakan dua teknik yang sesuai, yaitu penjodohan pola dan pembuatan eksplanasi

1. Penjodohan Pola (*pattern matching*)

Penggunaan penjodohan pola dalam studi kasus sangat sering digunakan. Penjodohan pola didasarkan dari empiri dengan pola yang sudah diprediksikan. Jika terdapat persamaan antara kedua pola ini, maka hasil yang didapat menguatkan validitas internal dari studi kasus. Jika studi kasus tersebut bersifat deskriptif, maka penjodohan pola akan relevan dengan faktor-faktor yang sudah diprediksi dan ditentukan sebelum datanya dikumpulkan. Ada empat tipe pola:

- a. *Nonequivalent dependent variables as a pattern*
- b. *Rival explanation as pattern*
- c. *Simpler pattern*
- d. *Precision of pattern matching*

2. Pembuatan Eksplanasi (*explanation building*)

Teknik ini menjelaskan sebuah fenomena dengan menetapkan serangkaian keterikatan timbal balik sehubungan dengan fenomena tersebut. Peneliti ingin mengaitkan *variable independent* performa komunikatif, budaya organisasi dan *person factors*. Dalam konteks penelitian ini, bagaimana performa komunikatif seorang pemimpin departemen pemasaran di KG Media dapat berpengaruh ke budaya organisasi.

Tujuan pembuatan eksplanasi adalah untuk menganalisis tipe penjadwalan pola dari data studi kasus, yakni dengan membuat suatu penjelasan mengenai kasus yang bersangkutan. Data-data diuji, diperbaiki proporsi-proporsi teoretisnya, serta diteliti sekali lagi dari perspektif baru dalam bentuk perulangan untuk mendapatkan hasil yang lebih spesifik.

Penelitian ini membandingkan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber untuk memastikan validitas data. Oleh karena itu, peneliti akan menganalisis dan membandingkan data hasil observasi dengan data dari hasil wawancara, kemudian melakukan penjadwalan pola guna memperoleh eksplanasi yang lebih komprehensif.

