

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma adalah sudut pandang dalam penelitian yang digunakan oleh peneliti yang mencakup bagaimana peneliti memandang realitas, pendekatan dalam memahami suatu fenomena, metode yang digunakan dalam proses penelitian, serta cara menginterpretasikan hasil temuan (Batubara, 2017). Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme, menurut Phillips dan Burbules (2000) dalam Creswell (2013), istilah post-positivisme digunakan karena berkembang dari pemikiran setelah era positivisme yang mempertanyakan pandangan tradisional mengenai kebenaran absolut dalam pengetahuan. Paradigma ini mengakui bahwa saat meneliti perilaku dan tindakan manusia kita tidak bisa sepenuhnya yakin terhadap kebenaran suatu klaim pengetahuan.

Penelitian ini menggunakan paradigma post-positivisme karena bertujuan untuk mengkaji kesesuaian strategi *media relations* yang diterapkan oleh PT Astra Daihatsu Motor dengan konsep *media relations* yang dikemukakan oleh Jefkins dan metode perencanaan RACE oleh John Marston. Penggunaan paradigma ini dianggap tepat karena fokus penelitian adalah untuk mengetahui strategi *media relations* yang dirancang dan diimplementasikan oleh perusahaan tersebut.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi *media relations* PT Astra Daihatsu Motor dalam mempertahankan citra positif perusahaan di Indonesia. Pendekatan deskriptif dipilih karena memungkinkan peneliti untuk meneliti objek yang bersifat alami dengan teknik pengumpulan dan analisis data yang dilakukan secara kualitatif. Dalam penelitian ini peneliti berperan sebagai instrumen utama yang secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan data. Hasil penelitian lebih menitikberatkan pada makna dan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang diteliti bukan pada generalisasi (Sugiyono, 2013). Data

yang diperoleh bersifat deskriptif dan disajikan dalam bentuk narasi yang disusun secara jelas dan sistematis. Penyajian data yang terstruktur ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai permasalahan yang diteliti, serta mempermudah pembaca dalam memahami temuan terkait strategi *media relations* yang diterapkan oleh PT Astra Daihatsu Motor.

3.3 Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan menggunakan pendekatan Sugiyono (2013). Menurut Sugiyono (2013), metode ini digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui interaksi langsung antara peneliti dan subjek penelitian dalam konteks alami. Teknik observasi dilakukan untuk mengamati situasi atau perilaku yang berkaitan dengan strategi *media relations* PT Astra Daihatsu Motor. Wawancara mendalam dilakukan kepada pihak yang berperan langsung dalam pelaksanaan strategi tersebut untuk memperoleh informasi secara lebih terperinci. Sementara itu dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, seperti dokumen, gambar, laporan, arsip pemberitaan media, atau materi komunikasi lainnya yang relevan.

Penggunaan ketiga metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang menyeluruh dan mendalam mengenai strategi *media relations* yang diterapkan PT Astra Daihatsu Motor supaya dapat memberikan pemahaman yang lebih rinci untuk mendapat jawaban dari permasalahan yang dikaji, serta untuk menjamin keabsahan dan kelengkapan data yang diperoleh.

3.4 Pemilihan Informan

Dalam pemilihan informan pada penelitian ini menggunakan teknik yang disebut dengan *purposive sampling*. Menurut Wekke (2019 hlm. 46) *purposive sampling* merupakan teknik pemilihan informan atau sumber data yang dilakukan secara sengaja berdasarkan kriteria tertentu. Peneliti memilih informan yang dinilai memiliki pengetahuan atau pengalaman yang relevan dengan kebutuhan data dalam penelitian. Teknik ini memungkinkan peneliti menentukan informan secara sengaja

berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan. Kemudian sebagai tambahan untuk mengetahui apakah strategi yang dijalankan oleh PT Astra Daihatsu Motor di lapangan sesuai dengan teori *media relations*, penelitian ini juga menghadirkan informan ahli yang memiliki latar belakang dosen dan konsultan *media relations*.

Pemilihan informan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* untuk memastikan data yang dikumpulkan lebih terfokus dan sesuai dengan tujuan penelitian. Melalui teknik ini, peneliti secara sengaja memilih informan yang dinilai memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung dalam praktik strategi *media relations* di lingkungan PT Astra Daihatsu Motor. Teknik ini diharapkan mampu menghasilkan data yang relevan dan mendalam sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai strategi perusahaan dalam mempertahankan citra positif.

Tabel 2. 3 Daftar Informan

Nama	Usia	Latar belakang	Keterangan tambahan
Indra Setiawan	53	<i>Head Department Corporate Communication, PT Astra Daihatsu Motor.</i>	<i>Key Informan</i>
Muhamad Titan Anoda	43	<i>Executive Coordinator Corporate Communication, PT Astra Daihatsu Motor.</i>	<i>Informan</i>
Tiara Angelita	30	<i>Head Section Corporate Communication, PT Astra Daihatsu Motor.</i>	<i>Informan</i>
Rizka Septiana	47	Dosen dan Konsultan <i>Media Relations</i>	<i>Informan Ahli</i>

Sumber: Diolah oleh peneliti (2025).

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah memperoleh data. Tanpa pemahaman yang tepat mengenai teknik pengumpulan data peneliti tidak akan memperoleh data yang sesuai dengan standar yang ditetapkan (Sugiyono, 2019, hlm. 455).

Pengumpulan data dapat dilakukan di berbagai tempat dan dengan berbagai sumber. Dari segi sumber, data bisa berasal dari sumber primer yaitu langsung dari informan, atau sumber sekunder seperti dokumen atau perantara. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara (interview), kuesioner (angket), observasi, atau kombinasi dari ketiganya (Sugiyono, 2013, hlm. 137).

3.5.1 Data Primer

Teknik pengumpulan data primer dalam penelitian ini dilakukan melalui observasi dan wawancara. Observasi digunakan ketika penelitian menyangkut perilaku manusia, proses kerja, gejala alam, serta kondisi dengan jumlah subjek yang diamati relatif sedikit (Sugiyono, 2013). Dalam kegiatan observasi ini, peneliti secara langsung turun ke lapangan untuk mengamati situasi perusahaan dalam menjalankan strategi *media relations*. Peneliti mencermati bagaimana penerapan strategi *media relations* yang dilakukan oleh PT Astra Daihatsu Motor dalam mempertahankan citra positif perusahaan.

Selain menggunakan teknik observasi, penelitian ini juga memanfaatkan teknik wawancara sebagai metode pengumpulan data primer. Teknik ini digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan spesifik dari informan sehingga dapat melengkapi data yang diperoleh melalui observasi. Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal, memperoleh informasi secara mendalam dari responden, serta saat jumlah responden yang diteliti relatif sedikit (Sugiyono, 2013).

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan secara langsung dengan informan, dengan pertanyaan yang disesuaikan dengan fokus dan tujuan

penelitian serta menggunakan pedoman wawancara yang telah disusun sebelumnya. Jenis wawancara yang digunakan adalah wawancara tidak terstruktur yang menurut Sugiyono (2013) bersifat fleksibel karena peneliti tidak terikat pada susunan pertanyaan yang rinci dan sistematis. Peneliti hanya berpedoman pada pokok-pokok masalah umum yang ingin digali, dan dalam pelaksanaannya panduan wawancara berfungsi sebagai acuan umum sementara peneliti melakukan improvisasi dalam menyampaikan pertanyaan sesuai situasi dan dinamika yang terjadi selama wawancara.

3.5.2. Data Sekunder

Teknik pengumpulan data sekunder dalam penelitian ini menggunakan dokumentasi. Dalam penelitian kualitatif, dokumen digunakan sebagai data pendukung yang melengkapi hasil dari observasi dan wawancara. Dokumen merupakan catatan atau arsip dari peristiwa yang telah terjadi sebelumnya yang dapat berupa tulisan, foto, maupun hasil karya penting dari seseorang (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini, dokumentasi yang digunakan mencakup profil, kegiatan *media relations*, data *media monitoring* PT Astra Daihatsu Motor, dan dokumentasi yang meliputi foto-foto hasil wawancara dengan *Head Department, Executive Coordinator, dan Head Section Corporate Communication* PT Astra Daihatsu Motor yang diambil menggunakan perangkat gawai sebagai bukti pendukung dalam penelitian.

3.6 Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai metode untuk memeriksa keabsahan data. Penggunaan teknik triangulasi bertujuan untuk meningkatkan validitas temuan penelitian dengan membandingkan dan mengonfirmasi data melalui berbagai teknik maupun sumber informasi yang berbeda. Menurut Sugiyono (2013), triangulasi adalah metode yang menggabungkan berbagai teknik dan sumber data untuk memperoleh keabsahan informasi. Dalam penerapannya peneliti tidak hanya mengumpulkan data melalui

berbagai pendekatan tetapi juga secara bersamaan menguji kredibilitas data dengan membandingkannya dari berbagai teknik dan sumber yang berbeda.

Peneliti menerapkan triangulasi teknik dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data yang berbeda terhadap sumber data yang sama (Sugiyono, 2013, hlm. 241). Proses ini diawali dengan observasi untuk mengamati strategi *media relations* yang diterapkan oleh PT Astra Daihatsu Motor, kemudian dilanjutkan dengan wawancara kepada pihak-pihak terkait seperti *Head Department, Executive Coordinator, dan Head Section Corporate Communication*. Selain itu dokumentasi juga digunakan sebagai pelengkap untuk memperkuat data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara.

Selain triangulasi teknik peneliti juga menggunakan triangulasi sumber, yaitu proses memperoleh data dari berbagai narasumber dengan menggunakan teknik yang sama (Sugiyono, 2013, hlm. 241). Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada beberapa informan dari posisi dan peran yang berbeda untuk menguji kesesuaian serta kelengkapan informasi yang diperoleh. Jika data dari berbagai sumber menunjukkan konsistensi, maka informasi tersebut dapat dianggap valid dan dapat dipercaya.

Dengan mengombinasikan triangulasi teknik dan triangulasi sumber, peneliti berupaya memperoleh data yang valid, objektif, dan menyeluruh guna memberikan pemahaman yang komprehensif mengenai strategi *media relations* yang dijalankan oleh PT Astra Daihatsu Motor.

3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2013, hlm. 246), analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan secara berkesinambungan, baik selama proses pengumpulan data berlangsung maupun setelah data terkumpul dalam kurun waktu tertentu. Analisis dapat dimulai sejak proses wawancara, di mana peneliti mulai menelaah jawaban dari para informan. Miles dan Huberman mengemukakan bahwa analisis data kualitatif terdiri dari tiga tahapan utama:

1. Reduksi Data

Selama peneliti berada di lapangan, semakin banyak data yang diperoleh sehingga diperlukan proses seleksi untuk menyaring informasi yang relevan. Reduksi data merupakan tahap awal yang bertujuan untuk merangkum, menyusun, serta menyortir informasi penting agar peneliti dapat mengidentifikasi pola dan tema utama dalam data. Dalam konteks penelitian ini, reduksi dilakukan dengan menyeleksi dan merangkum hasil wawancara, karena data yang diperoleh masih dalam bentuk mentah dan belum terstruktur.

2. Penyajian Data

Setelah proses reduksi selesai, langkah selanjutnya adalah menyajikan data supaya tersusun secara sistematis dan mudah dipahami. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan melalui uraian naratif, tabel, bagan, maupun pengelompokan kategori. Pada penelitian ini, data disajikan dalam bentuk deskripsi mengenai penerapan strategi *media relations* oleh PT Astra Daihatsu Motor.

3. Penarikan Kesimpulan

Tahapan akhir dari analisis data adalah penarikan kesimpulan. Dalam penelitian kualitatif, kesimpulan dapat menjadi jawaban atas rumusan masalah yang telah dirancang sebelumnya, namun dapat pula berkembang atau berubah sesuai dengan dinamika temuan di lapangan. Hal ini disebabkan karena rumusan masalah dalam penelitian kualitatif bersifat lentur dan memungkinkan adanya penyesuaian berdasarkan data empiris yang ditemukan selama proses penelitian berlangsung.