



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.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma merupakan cara pandang yang dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian dan mendasari pemilihan metode penelitian. Dalam penelitian ini peneliti menganut paradigma postpositivistik yang akan menggunakan sebuah pendekatan ilmiah. Menurut Creswell (2015, h. 31), beberapa karakteristik dari postpositivistik adalah reduksionitis, logis, empiris, berorientasi sebab dan akibat, dan determinis berdasarkan pada teori. Maka di dalam penelitian peneliti akan memengaruhi tata nilai yang terkandung di dalamnya, memiliki muatan teori atas fakta dimana teori atau hipotesis memengaruhi kerangka kerja yang digunakan oleh peneliti, serta sifat dasar realitas (Tashakkori & Teddlie, 2010, h.11-12).

Creswell (2015, h.49, dikutip dari Lincoln, dkk.,2011) menjelaskan kerangka penafsiran dan keyakinan filosofis ontologis postpositivistik, yaitu meyakini adanya realitas tunggal di luar diri kita dan peneliti tidak mampu untuk memahaminya karena jumlah hal-hal mutlak yang sedikit. Bagaimana realitas dikenali atau keyakinan epistemologi dibangun melalui riset dan statistik, validitas sendiri tidak datang dari partisipan, namun peneliti lain. Peran nilai-nilai dalam penelitian tidak diekspresikan, maka peneliti perlu untuk mengendalikan bias. Nantinya pendekatan penelitian dalam

paradigma ini sangat membutuhkan peran metode karena memiliki tujuan untuk menciptakan pengetahuan baru.

Peneliti yang menggunakan paradigma postpositivistik umumnya sangat tepat dan teliti karena menggunakan beragam level analisis data, pendekatan validitas, menulis studi kualitatif dalam bentuk laporan ilmiah dengan struktur yang serupa dengan artikel kuantitatif (Creswell, 2015, h. 31). Dalam penelitian “Strategi *Public Relations* Dalam Membentuk *Brand Image* Baru Panorama JTB Tours Indonesia” menggunakan paradigma postpositivistik karena peneliti ingin mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendukung keberhasilan program *rebranding* berlandaskan model perencanaan strategis *public relations* Ronald D. Smith. Peneliti juga ingin mengkaji bagaimana permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan melalui level analisis data yang beragam dan pendekatan validitas agar dapat menemukan pengetahuan baru dalam bidang *public relations* pada era globalisasi.

3.2 Jenis dan Sifat Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dan bersifat deskriptif. Dalam penelitian kualitatif peneliti memiliki ketertarikan untuk menjawab situasi sosial beragam dimana manusia menata dirinya dalam keadaan dan membuatnya menjadi masuk akal melalui simbol, struktur sosial, peran, dll (Lune dan Berg, 2017, h.15). Menurut pemikiran Sugiyono (2013, h.1), penelitian kualitatif dipilih ketika melakukan penelitian pada kondisi objek yang alamiah atau apa adanya, peneliti

berperan sebagai instrumen kunci, dan lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Penelitian kualitatif memiliki sifat realitas, dimana memandang objek sebagai sesuatu yang dinamis, hasil konstruksi pemikiran, dan utuh atau holistik disebabkan tidak dapat dipecah dalam beberapa variabel (Sugiyono, 2013, h.5). Karena memiliki sifat tersebut pengumpulan data pada jenis penelitian kualitatif akan dipandu oleh fakta-fakta yang ditemukan di lapangan pada proses penelitian bukan berdasarkan teori, namun akan dikonstruksikan menjadi hipotesis atau teori dan nantinya analisis data yang dilakukan pada penelitian kualitatif bersifat induktif.

“We adopt more qualitative methods when we need a deeper understanding of the exceptions and special cases, or when we want to understand the meanings and preferences that underlie those larger patterns” (Lune dan Berg, 2017, h.15).

“Kita mengadopsi metode kualitatif ketika membutuhkan pemahaman lebih dalam mengenai pengecualian dan kasus spesial, atau ketika kita ingin memahami makna dan preferensi yang terkandung di dalam pola yang lebih besar” (Lune dan Berg, 2017, h.15).

Peneliti menggunakan metode kualitatif ketika membutuhkan pemahaman mendalam mengenai makna yang terdapat pada kejadian unik yang terjadi di lingkungan sosial. Lingkup penelitian ini juga dapat digunakan pada beragam situasi sosial mikro sampai makro yang melibatkan situasi sosial, lembaga sosial, dan kelompok masyarakat.

Kualitatif dipilih untuk menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”, maka dari itu jenis dan sifat penelitian ini dipilih karena peneliti ingin menjawab

rumusan pertanyaan penelitian mengenai bagaimana strategi *public relations* yang dijalankan oleh Panorama JTB Tours Indonesia dalam membentuk *brand image* baru dan mengapa bisa berhasil. Aktivitas bisnis seperti *merger* juga merupakan salah satu situasi sosial yang dibentuk oleh manusia dalam masyarakat, sehingga membutuhkan pemahaman lebih mengenai makna yang ingin dibentuk dari kegiatan ini.

3.3 Metode Penelitian

Dijelaskan oleh Harrison, Birks, Franklin, & Mills (2017), paradigma yang dianut dalam metode studi kasus dibagi menjadi dua, yaitu Yin yang menunjukkan postpositivistik dalam studinya dan Merriam atau Stake yang menganut konstruktivisme atau interpretivisme. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian kualitatif ini adalah studi kasus berdasarkan pemikiran dari Yin, karena paradigma yang dianut oleh peneliti adalah postpositivistik.

Yin (2018, h. 15) menyatakan studi kasus sebagai metode riset, yaitu metode empiris yang menginvestigasi sebuah fenomena modern secara mendalam dan terkandung konteks dunia nyata, khususnya ketika batasan-batasan antara fenomena dan konteks tidak memiliki bukti yang jelas. Didukung dengan pemikiran dari Kriyantono (2010, h. 65), studi kasus merupakan metode riset yang memanfaatkan berbagai sumber data sebanyak mungkin yang digunakan untuk meneliti, menguraikan, menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis.

Ciri-ciri dari penelitian studi kasus sendiri *partikularistik* yang berarti studi kasus terfokus pada situasi, peristiwa, program, atau fenomena tertentu, *deskriptif* dimana topik hasil dari penelitian dideskripsikan dengan detail. Selain itu menurut Kriyantono (2010, h. 66), penelitian studi kasus juga bersifat *heuristik*, membantu peneliti memahami apa yang sedang diteliti, dan induktif ketika berangkat dari fakta-fakta di lapangan lalu disimpulkan dalam bentuk konsep atau teori.

Dalam penelitian studi kasus ada lima komponen penting yang digunakan, diantaranya terdiri dari

a. Pertanyaan Sebuah Studi Kasus

Tugas utama dari peneliti adalah untuk menjelaskan secara tepat sifat pertanyaan penelitian. Pertanyaan yang dirumuskan dalam penelitian studi kasus yang utama yaitu “bagaimana” dan “mengapa” (Yin, 2018, h.27).

b. Permasalahan

Dalam komponen ini menurut Yin (2018, h.27), setiap permasalahan akan mengundang perhatian kepada sesuatu yang harus diperiksa dalam lingkup studi. Permasalahan selain mencerminkan isu teoritis penting juga memberi tahu dimana untuk mencari bukti relevan.

c. Kasus

Komponen ketiga adalah mendefinisikan dan membatasi kasus. Untuk mengurangi kebingungan dan ambiguitas dalam mendefinisikan kasus dapat mendiskusikan pilihan kasus potensial dan menjelaskan pertanyaan-pertanyaan yang dituju. Membatasi kasus akan membantu untuk menentukan lingkup pengumpulan data serta mempererat hubungan antara kasus dan proposisi pertanyaan penelitian (Yin, 2018, h.28).

d. Logika Menghubungkan Data dengan Masalah

Pada komponen ini akan membantu tahapan analisis dalam studi kasus, seperti mencocokkan pola, membangun penjelasan, analisis deret waktu, model logika, dan sintesis kasus menyilang (Yin, 2018, h.33).

e. Kriteria Menafsirkan Penemuan

Ketika menggunakan metode penelitian studi kasus dijelaskan oleh Yin, (2018, h.33) strategi alternatif digunakan untuk mengidentifikasi dan mengatasi penjelasan yang bersaing dengan penemuan (agar penemuan menjadi lebih kuat).

Bentuk atau model dari studi kasus dibagi menjadi empat bagian yaitu model studi kasus tunggal holistik, studi kasus tunggal tertanam, multi-kasus holistik, serta multi-kasus tertanam. Selain menjawab pertanyaan penelitian “bagaimana” dan

“mengapa”, pada penelitian “Strategi *Public Relations* Dalam Membentuk *Brand Image* Baru Panorama JTB Tours Indonesia” menggunakan model studi kasus tunggal holistik dengan tipe eksploratori. Studi kasus tunggal holistik dipilih karena merupakan metode yang paling umum digunakan dan dapat merepresentasikan kasus langka, kasus kritis, juga kasus yang umum dengan analisis kesatuan tunggal. Sedangkan tipe studi kasus eksploratori dipilih karena memiliki tujuan untuk membangun hipotesis yang tepat dan proposisi untuk penyelidikan lebih lanjut (Yin, 2018, h. 10).

Peneliti sendiri memilih program *rebranding* Panorama JTB Tours Indonesia karena tiap tahapan komunikasi yang dilakukan akan dideskripsikan dengan detail, sehingga menghasilkan interpretasi, makna, dan perspektif baru dari fakta-fakta di lapangan, yang nantinya akan dianalisis hal-hal apa saja yang memengaruhi keberhasilan program *rebranding* dengan model perencanaan strategis *public relations* Ronald D. Smith.

3.4 Partisipan Penelitian

Yin (2018, h. 119) menjelaskan bahwa pemilihan informan kunci pada penelitian studi kasus memiliki peran esensial dalam memengaruhi kesuksesan peneliti karena informan kunci yang tepat dapat membantu memberikan pandangan terhadap masalah dan dapat memberikan akses kepada orang lain yang bisa diwawancarai untuk memberikan bukti yang memperkuat atau bertolak belakang. Agar mendapatkan data yang valid, dalam memilih partisipan yang mengetahui detail

permasalahan, bersedia memberikan informasi kredibel, dan mempunyai data yang dibutuhkan oleh peneliti.

“Key informants are often critical to the success of a case study” (Yin, 2018, h.119).

“Informan kunci sering menjadi kritikal pada kesuksesan dari sebuah studi kasus” (Yin, 2018, h.119).

Partisipan pertama yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian “Strategi Public Relations Dalam Membentuk *Brand Image* Baru Panorama JTB Tours Indonesia” adalah AB Sadewa dan Royanto Handaya.

1. AB Sadewa (*Vice President Brand & Communication Panorama Group*)

Perjalanan karir AB Sadewa dimulai dari Ogilvy, menangani pembuatan iklan dan kampanye, lalu mengawali karir di Panorama pada tahun 1998 dengan menjalankan aktivitas *marketing communication*, mengembangkan *Syndicate Brand Consulting* pada tahun 2003 sampai 2012 sebagai *founder* dan *managing director*. Dan sejak tahun 2013 sampai dengan saat ini menduduki jabatan rangkap sebagai *Vice President Brand and Communication Panorama Group* yang bertanggung jawab mengembangkan dan memajemen *brand* termasuk aspek komunikasi internal dan eksternal, serta *Corporate Secretary* Panorama Destination untuk mengelola GCG, menjaga hubungan dengan pemerintah, investor, dan industri.

Peneliti menjadikan beliau sebagai partisipan karena berwenang dalam membentuk seluruh program komunikasi yang dijalankan Panorama Group beserta *Strategic Business Unit*-nya. Alasan lainnya yaitu Bapak AB Sadewa memahami studi ilmu komunikasi, dalam program *rebranding* Panorama JTB Tours Indonesia yang dijalankan Beliau bertanggung jawab pada proses perencanaan program, implementasi strategi, menjalankan taktik yang dirasa efektif untuk perusahaan, dan evaluasi komunikasi yang dilakukan. Informan kunci yang dipilih oleh peneliti juga dinilai kredibel dalam memberikan pandangan terhadap fenomena yang terjadi, menjawab dan menjelaskan pertanyaan penelitian, serta memberi masukan untuk memperkuat studi kasus.

2. Royanto Handaya (*President Director* Panorama JTB Tours Indonesia)

Dalam penelitian ini partisipan kedua yang dipilih oleh peneliti adalah Bapak Royanto Handaya, selaku *President Director* dari Panorama JTB Tours Indonesia. Royanto Handaya mengawali profesinya menjadi *Quality Assurance Inspector*, dan mulai menaiki tangga karirnya sebagai *manager* dan *director* di berbagai perusahaan yang bergerak di bidang farmasi, perumahan, dan lainnya. Setelah itu Beliau berkarir di perusahaan yang bergerak pada bidang travel dan bergabung dengan Panoramata Sentrawisata pada tahun 1999. Setelah beberapa tahun, Royanto Handaya ditunjuk sebagai direktur sebelum menjabat sebagai CEO dan *president director* Panoramata Tours Indonesia.

Pada saat program *rebranding* dijalankan, Royanto Handaya menduduki jabatan sebagai CEO dari Panorama JTB Tours. Saat ini Beliau membawa *brand* Panorama JTB, serta anak perusahaan seperti Chan Brothers Travel Indonesia, Tour EZ, Smart Holiday, Travelicious, WUPI, dan Octraves Technology. CEO sangat berperan dalam proses pengambilan keputusan yang dilakukan. Maka perubahan *positioning* bisnis yang dilakukan membutuhkan keterlibatan *top management*. Peneliti memilih beliau sebagai partisipan karena dengan jabatan yang diduduki, Beliau dapat mengetahui secara jelas bagaimana situasi atau masalah yang dihadapi dan memiliki peran dominan dalam melaksanakan program *rebranding* perusahaan.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian dengan metode studi kasus ada beberapa teknik yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Menurut Yin (2018, h. 113), ada enam teknik yang dapat digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan bukti data yang terdiri dokumentasi, arsip rekaman, wawancara, observasi secara langsung, observasi partisipan, dan artefak fisik. Pada metode ini semakin banyak sumber yang memungkinkan untuk digunakan kualitas studi kasus akan semakin baik.

a. Dokumentasi

Informasi dokumenter relevan digunakan dalam topik studi kasus dan menguatkan serta menambah bukti dari sumber lain. Beberapa keuntungan

yang diperoleh ketika menggunakan teknik ini adalah dokumen membantu dalam meverifikasi pelafalan, jabatan, atau nama orang dan organisasi yang disebutkan saat wawancara. Keuntungan lainnya yang dipaparkan oleh Yin (2018, h. 115) adalah dokumen dapat menyediakan informasi yang spesifik dari sumber lain, dan membuat kesimpulan. Contoh variasi dari dokumentasi terdiri dari e-mail, surat, dokumen pribadi, agenda, proposal, laporan, kliping berita, dan artikel lainnya yang muncul di media.

b. Arsip Rekaman

Arsip rekaman biasanya menyediakan data yang tepat, terkadang berbentuk kuantitatif dan dapat dikonjungsikan dengan sumber lain. Beberapa bentuk dari arsip rekaman seperti data statistik yang dibuat pemerintahan dan dapat digunakan publik, rekaman layanan, rekaman organisasi, peta dan diagram dari karakteristik geografis, dan data survei (Yin, 2018, h. 117).

c. Wawancara

Wawancara merupakan teknik dalam mengumpulkan data yang paling penting dan membantu memberikan penjelasan dari kejadian kunci dengan merefleksikan pandangan atau perspektif dari partisipan.

“One of the most important sources of case study evidence is the interview” (Yin, 2018, h. 118).

“Salah satu sumber terpenting dalam pembuktian studi kasus adalah wawancara” (Yin, 2018, h. 118).

Tiga tipe wawancara dibagi menjadi wawancara yang berlangsung lama, wawancara singkat, dan wawancara survei. Dijelaskan oleh Yin (2018, h. 119-120), wawancara yang berlangsung lama dapat memakan waktu sekitar dua jam atau lebih dan peneliti dapat meminta interpretasi, opini mengenai seseorang atau kejadian, penjelasan yang berkaitan dengan kejadian dari partisipan. Perbedaan dengan wawancara singkat adalah memakan waktu lebih sedikit dengan tujuan untuk memperkuat beberapa temuan yang sudah ditetapkan, dan wawancara survei biasanya dilakukan dengan kuesioner terstruktur dan menjadi bagian studi kasus tertanam.

d. Observasi Langsung

Observasi melibatkan peneliti untuk terjun lapangan secara langsung dan aktivitas pengumpulan data dapat dilakukan secara formal atau santai. Bukti observasi berupa foto yang diambil dapat membantu menyediakan informasi tambahan mengenai topik studi (Yin, 2018, h.121-122).

e. Observasi Partisipan

Berbeda dengan observasi langsung, menurut Yin (2018, h.123-124) jika peneliti ingin berpartisipasi secara langsung dapat menggunakan teknik observasi partisipan, dimana peneliti tidak melakukan observasi secara pasif namun menjadi bagian dalam objek yang diteliti.

f. Artefak fisik

Teknik pengumpulan data yang terakhir lebih banyak digunakan dalam riset antropologi yang bisa berupa alat teknologi, sebuah benda, seni, atau bukti fisik lainnya (Yin, 2018, h.125).

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian “Strategi *Public Relations* Dalam Membentuk *Brand Image* Baru Panorama JTB Tours” adalah dokumentasi dan wawancara. Teknik dokumentasi dipilih karena dapat dipelajari berulang, spesifik, dan mencakup waktu yang panjang, banyak kejadian dan latar. Adapun dokumen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi *Brand Book* Panorama JTB, *Program Plan One Orange Brand and Communication*, *Rebranding PJTI Media Gathering*, *Rebranding PJTI Updates*, *Announcement Organizational Change*, video profil Panorama JTB, *media coverage* perusahaan, serta artikel dan poster pada intranet Panoramian.com.

Sedangkan wawancara dipilih karena dapat mengumpulkan bukti penting yang terfokus pada topik studi tertentu, dan partisipan dapat memberikan penjelasan dan pandangannya yang dapat menjawab pertanyaan penelitian “bagaimana” dan “mengapa” dari rumusan masalah penelitian. Untuk wawancara sendiri dilakukan dengan Bapak AB Sadewa, selaku *Vice President Brand and Communication* Panorama Group dan Bapak Royanto Handaya, selaku *President Director* dari Panorama JTB Tours Indonesia.

3.6 Keabsahan Data

Setelah melakukan pengumpulan data, peneliti akan menguji keabsahan data untuk mengetes keandalannya dengan beberapa tes yang dijelaskan oleh Yin (2018, h.42), yaitu konstruksi validitas, validitas internal, validitas eksternal, dan reliabilitas. Keempat tes ini secara umum digunakan untuk menetapkan kualitas empiris dari penelitian sosial dan masing-masing memiliki penggunaan taktik yang beragam

Dalam menguji konstruksi validitas, maka taktik studi kasus yang dapat dipilih adalah menggunakan berbagai sumber bukti, deretan bukti, atau partisipan dapat meninjau konsep dari laporan studi kasus. Untuk tipe pengujian kedua, yaitu validitas internal biasa digunakan untuk studi kasus model menjelaskan, maka taktik yang dapat dilakukan adalah dengan menyamakan pola, membangun penjelasan, menyampaikan pesan yang berlawanan, dan menggunakan model logika. Selain itu validitas internal fokus untuk memperluas masalah dalam membuat kesimpulan (Yin, 2018, h. 43-45).

Model tes validitas eksternal berhubungan dengan masalah untuk mengetahui penemuan-penemuan dapat digeneralisasikan melampaui studi saat ini. Taktik yang digunakan dalam studi kasus tunggal dengan teori dan dalam studi kasus yang banyak dengan logika replikasi. Pada tes model terakhir, yaitu realibilitas, taktik studi kasus yang digunakan berupa protokol studi kasus, membangun data studi kasus, dan menjaga rantai bukti. Tujuan tes reliabilitas sendiri untuk memastikan nantinya peneliti mengikuti prosedur serupa yang dideskripsikan oleh peneliti sebelumnya dan

melaksanakan studi yang sama berulang. Nantinya peneliti sendiri sampai pada temuan dan konklusi yang sama (Yin, 2018, h. 45-46).

Peneliti akan menguji keabsahan data menggunakan konstruksi validitas dengan taktik menggunakan berbagai sumber bukti. Dijelaskan oleh Yin (2018, h. 128, dalam Patton, 2015) dengan menggunakan berbagai sumber data dapat menggunakan triangulasi untuk memperoleh berbagai sumber bukti untuk memperkuat studi kasus. Lalu mengembangkan bukti konvergen, triangulasi data dapat berperan untuk memperkuat konstruksi validitas studi kasus peneliti dan meningkatkan keyakinan bahwa studi kasus menterjemahkan kejadian secara akurat (Yin, 2018, h. 241).

3.7 Teknik Analisis Data

Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menganalisis data yang sudah dikumpulkan dalam penelitian kualitatif. Menurut Yin (2018, h.175) dalam studi kasus ada lima teknik yang dapat digunakan yaitu menyamakan pola, membangun penjelasan, analisis deret waktu, model logika, dan sintesis kasus menyilang sebagai logika menghubungkan data ke masalah.

a. Menyamakan Pola

Dalam analisis studi kasus menyamakan pola merupakan teknik yang paling sering digunakan dengan cara membandingkan sebuah pola empiris berdasarkan temuan dari studi kasus dengan alternatif prediksi dibuat sebelum

peneliti mengumpulkan data. Menyamakan pola digunakan untuk berfokus pada proses dan hasil, menjelaskan penjelasan yang berlawanan untuk membuktikan proposisi asli lebih baik, dan presisi menyamakan pola yang digunakan ketika tidak melibatkan perbandingan statistik (Yin, 2018, h.175-178).

b. Membangun Penjelasan

Teknik analisis ini relevan dengan studi kasus *explanatory* karena memiliki prosedur yang lebih sulit dan membutuhkan atensi terpisah. Tujuan dari membangun penjelasan sendiri yaitu untuk menganalisis data studi kasus dengan membangun penjelasan kasus. Dikutip oleh Yin (2018, h. 179), elemen-elemen dari penjelasan digunakan dalam menjelaskan sebuah fenomena yang diduga sebagai rangkaian penyebab atau bagaimana dan mengapa sesuatu dapat terjadi.

Yin (2018, h. 180) menyatakan dalam membangun penjelasan secara berulang juga dilakukan dengan membuat pernyataan teoritis awal, membandingkan data studi kasus dengan pernyataan tersebut, merevisi pernyataan sebelumnya, membandingkan detil lain kasus terhadap revisi, dan mengulangi proses ini dengan kasus lain sebanyak mungkin sesuai dengan kebutuhan.

c. Analisis Deret Waktu

Logika yang mendasari analisis deret waktu adalah kesesuaian antara yang diobservasi (empiris) dengan sebuah teoritis penting yang dispesifikasikan sebelum mengambil studi kasus, dan tren berlawanan yang dispesifikasi. Analisa deret waktu sendiri terdiri dari deret waktu sederhana, deret waktu kompleks, serta rangkaian kronologis. Penggunaan analisis deret waktu relevan untuk studi kasus karena fitur utamanya adalah untuk mengidentifikasi pengukuran spesifik untuk ditelusuri berulang kali sama seperti cakupan interval waktu spesifik dan dugaan sementara antara hubungan acara, sebelum mengumpulkan data sesungguhnya (Yin, 2018, h.181-185).

d. Model Logika

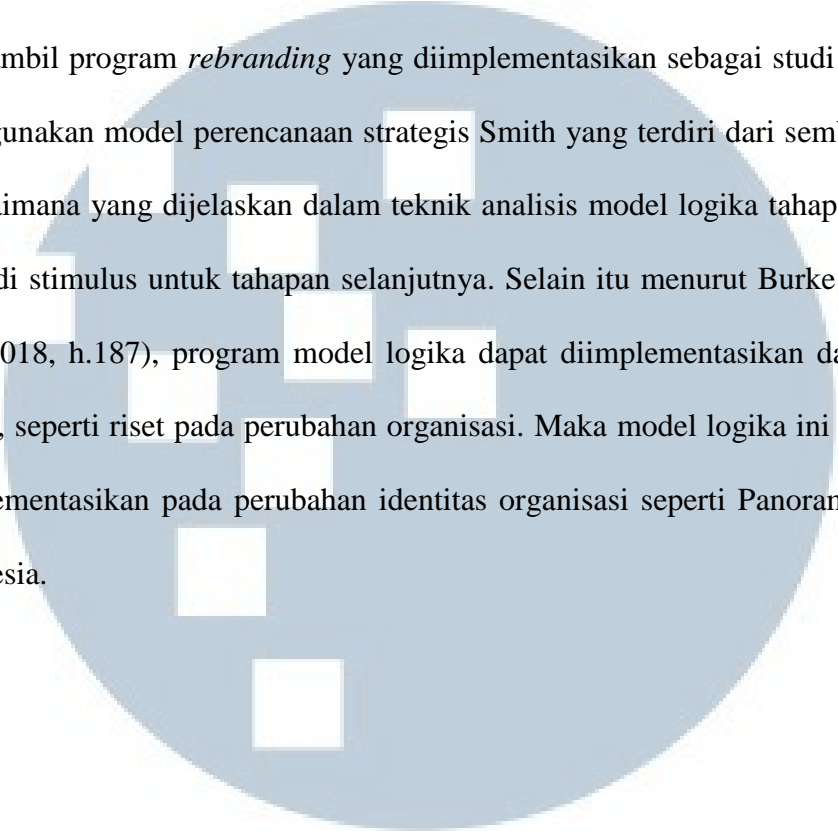
Model logika saat ini banyak digunakan dan berguna ketika ingin mengevaluasi studi kasus (Mulroy & Lauber, 2004, dalam Yin, 2018, h. 186). Selain itu model ini menetapkan dan mengoperasionalkan sebuah rangkaian kompleks atas kejadian atau acara dalam jangka waktu yang lama, dan berusaha memperlihatkan bagaimana aktivitas kompleks seperti implementasi program terjadi (Yin, 2018, h.186). Terdapat tiga tipe model logika yang dapat digunakan dalam studi kasus yang dapat diimplementasikan pada individu, organisasi, atau program.

Model logika individu dapat digunakan ketika hanya meneliti individu, misalnya penyebab atau kejadian yang mendorong perilaku tertentu remaja. Model logika pada level organisasi dapat dipilih ketika ada perubahan performa pada sebuah organisasi, misalnya faktor-faktor yang membawa perubahan baik untuk organisasi untuk meningkatkan performa bisnis. Lalu model logika program diimplementasikan ketika meneliti studi kasus berbasis program. Penggunaan model logika pada umumnya digunakan untuk memeriksa perubahan teori atau menilai intervensi.

e. Sintesis Kasus Menyilang

Menurut Yin (2018, h. 198), teknik sintesis kasus menyilang hanya bisa digunakan untuk menganalisis studi kasus ganda. Yang terpenting dalam teknik analisis ini adalah kemampuan untuk mendiskusikan perbedaan potensial antara kasus individu di dalam studi kasus ganda. Dalam melakukan sintesis kasus menyilang akan bergantung pada interpretasi argumentatif, bukan angka, maka harus dikembangkan dengan kuat, masuk akal, dan jujur yang didukung data.

Peneliti menggunakan teknik analisis data model logika pada level program dalam meneliti “Strategi *Public Relations* Dalam Membentuk *Brand Image* Baru Panorama JTB Tours Indonesia”, untuk mengevaluasi faktor apa saja yang mendukung keberhasilan program *rebranding* yang dijalankan. Peneliti juga



mengambil program *rebranding* yang diimplementasikan sebagai studi kasus dengan menggunakan model perencanaan strategis Smith yang terdiri dari sembilan tahapan, sebagaimana yang dijelaskan dalam teknik analisis model logika tahapan awal dapat menjadi stimulus untuk tahapan selanjutnya. Selain itu menurut Burke (2014, dalam Yin, 2018, h.187), program model logika dapat diimplementasikan dalam berbagai situasi, seperti riset pada perubahan organisasi. Maka model logika ini berlaku untuk diimplementasikan pada perubahan identitas organisasi seperti Panorama JTB Tours Indonesia.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA