



### **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 Jenis & Sifat Penelitian

Dalam melakukan penelitian, pendekatan penelitian yang dapat digunakan adalah kuantitatif atau kualitatif. Pendekatan penelitian dilakukan sesuai dengan kepentingan dan kebutuhan dari peneliti.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Menurut Moleong (2014:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Sedangkan menurut Kriyantono (2012:56), penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya. Penelitian ini tidak mengutamakan besarnya populasi atau sampling bahkan populasi atau samplingnya sangat terbatas. Jika data yang terkumpul sudah mendalam dan bisa menjelaskan fenomena yang diteliti, maka tidak perlu mencari sampling lainnya. Disini yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data. Pendekatan kualitatif sesuai untuk menjelaskan penelitian ini, yaitu penelitian mengenai Analisa Strategi

Komunikasi dalam *Rebranding* 8 Unit Hotel Aerowisata (Periode Januari – Desember 2014)

Penelitian kualitatif ini bersifat deskriptif. Menurut Creswell dalam Sopiah & Sangadji (2010:24) penelitian deskriptif adalah metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek apa adanya. Tujuannya menggambarkan secara sistematis fakta, objek, atau subjek apa adanya dengan tujuan menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek yang diteliti secara tepat. Sedangkan Kriyantono (2012:69), jenis penelitian ini bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Peneliti mencoba menggambarkan mengenai strategi komunikasi dalam *rebranding* 8 unit hotel Aerowisata (periode Januari – Desember 2014)

### **3.2 Metode Penelitian**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode studi kasus untuk menjabarkan mengenai strategi komunikasi dalam *rebranding* 8 unit hotel Aerowisata (periode Januari – Desember 2014). Menurut (2012:65) studi kasus adalah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data (sebanyak mungkin data) yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan, dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Peneliti ingin mengupas secara mendalam melalui orang-orang yang terlibat dalam proses *rebranding* yaitu Wirayani Pirakesit sebagai General Manager Marketing Aerowisata Hotels & Resort, Hesti Yuliani sebagai *Marketing Communication* Aerowisata Hotels & Resorts, Danton Sihombing sebagai CEO Inkara Brand Consulting dan Yana Ghopar sebagai media koordinator House Of Publications.

### **3.3 Key Informan & Informan**

*Key informan* yang menjadi sumber data penelitian ini merupakan pihak yang terlibat dalam proses *rebranding*, mengetahui dan merasakan adanya perubahan Aerowisata Hotel & Resorts. Pihak yang relevan menjadi *key informan* penelitian ini adalah Wirayani Pirakesit sebagai General Manager Marketing Aerowisata Hotels & Resort. Serta pihak yang relevan menjadi *informan* dalam penelitian ini adalah Hesti Yuliani sebagai *Marketing Communication* Aerowisata Hotels & Resorts, Danton Sihombing sebagai CEO Inkara Brand Consulting, Yana Ghopar sebagai media koordinator House Of Publications, dan Stephanie Sicilia sebagai *consultant* Praxis PR.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam upaya mengumpulkan data untuk penelitian, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

#### 1. Wawancara Mendalam

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam kepada informan sebagai data primer. Menurut Kriyantono (2012:63-64), metode wawancara mendalam adalah metode penelitian dimana peneliti melakukan kegiatan wawancara tatap muka secara mendalam dan terus-menerus (lebih dari satu kali) untuk menggali informasi dari responden. Wawancara mendalam dilakukan guna mendapatkan informasi akurat dari informan yang terlibat langsung dalam *rebranding* Aerowisata Hotels & Resorts.

#### 2. Studi Kepustakaan

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan studi kepustakaan guna mendapatkan data sekunder dari sumber-sumber yang terpercaya dan untuk melengkapi data primer.

### 3.5 Keabsahan Data

Peneliti melakukan pengecekan kembali data untuk menemukan hasil yang akurat dengan melakukan triangulasi teori, triangulasi sumber, dan

triangulasi metode. Dwidjowinoto (2002:9) yang dikutip Kriyantono (2012:72-73), ada beberapa macam triangulasi, diantaranya:

1. Triangulasi sumber

Membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara; membandingkan apa yang dikatakan umum dengan yang dikatakan pribadi

2. Triangulasi teori

Memanfaatkan dua atau lebih teori untuk diadu atau dipadu. Untuk itu diperlukan rancangan riset, pengumpulan data, dan analisis data yang lengkap supaya hasilnya komprehensif.

3. Triangulasi metode

Usaha mengecek keabsahan data atau mengecek keabsahan temuan riset. Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan yang sama.

### **3.6 Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisa data yang diperoleh melalui pengumpulan informasi dari wawancara mendalam dan studi kepustakaan dalam penelitian ini, langkah-langkah yang peneliti gunakan dalam menganalisis data yang

sudah terkumpul mengikuti salah satu model analisis data kualitatif yaitu model Miles dan Huberman. Miles and Huberman yang dikutip Sugiyono (2009: 430) mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh. Aktivitas dalam analisis data yaitu *data reduction*, *data display*, dan *conclusion drawing/verification*.

#### 1. *Data reduction* (reduksi data)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih, hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu. Dalam mereduksi data, setiap peneliti akan dipandu oleh tujuan yang akan dicapai. Tujuan utama dari penelitian kualitatif adalah pada temuan. Oleh karena itu, peneliti dalam melakukan penelitian menemukan segala sesuatu yang dipandang asing, tidak dikenal, belum memiliki pola, justru itulah yang harus dijadikan perhatian peneliti dalam melakukan reduksi data.

#### 2. *Data display* (penyajian data)

Dalam penelitian kualitatif, penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks bersifat naratif. Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang

terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.

### 3. *Conclusion drawing/verificaction*

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten pada saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel.

### **3.7 Fokus Penelitian**

Penelitian ini membahas bagaimana strategi komunikasi dalam *rebranding* 8 unit hotel Aerowisata (periode Januari – Desember 2014) dengan menggunakan *Corporate Rebranding Process: A Preliminary Theoretical Framework* yang berfokus pada tahap implementasi (*relaunching internally &externally*).



### **3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Aerowisata Hotels & Resorts yang berkantor pusat di Wisma Bumiputera, Jalan Jend. Sudirman Kav. 75, Jakarta. Penelitian dimulai pada bulan September 2014 hingga April 2015.

