



### **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

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Sifat dan Jenis Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Dijelaskan oleh Ardianto (2010: 58-59), sebagai peneliti ilmu komunikasi atau *public relations* dengan metode kualitatif, dalam analisis datanya tidak menggunakan bantuan ilmu statistika, tetapi menggunakan rumus 5 W + 1 H (*Who, What, When, Where, Why, dan How*) Selain *what* (data dan fakta yang dihasilkan dari penelitian), *How* (bagaimana proses data itu berlangsung), *Who* (siapa saja yang bisa menjadi informan kunci dalam penelitian), *Where* (di mana sumber informasi penelitian itu bisa digali atau ditemukan), dan *When* (kapan sumber informasi itu bisa ditemukan); yang paling penting dicermati dalam analisis penelitian kualitatif adalah *Why* (analisis lebih dalam atau penafsiran/interpretasi lebih dalam ada apa di balik fakta dan data hasil penelitian itu, mengapa bisa terjadi seperti itu). *Why* (mengapa) memberikan pemahaman lebih dalam dari hasil penelitian kualitatif.

Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya yang bisa menjelaskan fenomena yang diteliti. Pada penelitian kualitatif yang

lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Kriyantono, 2010: 56-57).

Adapun jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dimana penelitian ini memberikan gambaran atau uraian tentang suatu keadaan sejelas mungkin tanpa perlakuan terhadap objek yang diteliti. Secara umum jenis penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu.

Secara umum penelitian deskriptif ini mencoba menggambarkan secara sistematis, faktual dan akurat terkait dengan fakta-fakta dan sifat-sifat objek tertentu, sehingga penelitian ini dapat menggambarkan karakteristik dari individu, situasi, atau kelompok tertentu. Pendapat serupa juga disampaikan oleh Kriyantono (2010:59) bahwa penelitian deskriptif bertujuan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan populasi atau objek tertentu yang sedang diteliti, namun peneliti harus sebisa mungkin menjaga jarak terhadap masalah yang sedang diteliti.

Penelitian kualitatif-deskriptif ini dirasa sesuai untuk menjelaskan apa yang terjadi dalam penelitian ini, yaitu penelitian mengenai Strategi PR yang dilakukan oleh *Public relations Officer* dalam mendukung pemasaran Atria Hotel Paramount Serpong.

### 3.2. Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan oleh peneliti merupakan paradigma *post-positivis* di mana fakta dan data dipandang tidak terbatas pada sesuatu data empirik, tetapi mencakup pada apa yang ada dibalik data empirik tersebut. Hal ini dipertegas oleh Noeng Muhadjir (2000:23) yang menyatakan bahwa *positivisme* menganalisis berdasarkan data empirik sensual, namun pada *post-positivis* makna dicari dibalik data empirik dan sensual tersebut.

Pandangan paradigma *post positivisme* berkembang dari penelitian kuantitatif menjadi penelitian kualitatif. Karakter utama paradigma *post positivisme* adalah pencarian makna di balik data (Noeng Muhadjir, 2000: 79). Sehingga pada penelitian ini, paradigma berfungsi sebagai *guiden* peneliti untuk mencari esensi makna dibalik fenomena.

Paradigma *post positivisme* bertolak belakang dengan paradigma *positivisme*, sehingga paradigma *post positivisme* dipandang sebagai reaksi terhadap paradigma *positivisme*. Menurut pandangan *post positivisme*, kebenaran tidak hanya satu, melainkan lebih kompleks sehingga tidak dapat hanya terikat pada satu teori maupun konsep tertentu saja.

### 3.3. Metode Penelitian

Seperti yang dijelaskan bahwa penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif. Inti yang ingin dipaparkan pada penelitian ini adalah terletak pada bagaimana implementasi program-program *Public Relations* yang dijalankan oleh Atria Hotel Paramount Serpong dalam melakukan rebranding.

Melihat dari jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif-deskriptif, Oleh karena itu metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode studi kasus. Seperti dinyatakan oleh Ardianto (2010: 64) studi kasus merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara intensif, mendalam, mendetail, dan komprehensif.

Dan metode ini dinyatakan oleh Kriyantono (2010:65) bahwa 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.

Metode studi kasus ini tepat bagi peneliti untuk meneliti bagaimana sebuah strategi *Public Relations* dalam meningkatkan Brand Awareness Atria Hotel Paramount Serpong kepada publik. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan berbagai sumber data mulai dari wawancara mendalam, observasi, dan studi dokumen.

#### **3.4. Fokus Penelitian**

Penelitian ini membahas secara khusus mengenai bagaimana strategi *Public Relations* yang dijalankan dalam proses *pemasaran*. Penelitian ini mengacu pada Konsep Ronald Smith, *Nine Steps of Strategic Public Relations* mengenai perencanaan strategi *Public Relations* sebagai berikut:

##### **1. *Formative Research***

- *Analyzing the Situation*
- *Analyzing the Organization*

- *Analyzing the Publics*

**2. Strategy**

- *Establishing Goals and Objectives*

- *Formulating Action and Response Strategies*

- *Developing the Message Strategy*

**3. Tactic**

- *Selecting Communications Tactics*

- *Implementing the Strategic Plan*

**4. Evaluation Research**

- *Evaluating the Strategic Plan*

**3.5. Lokasi dan Informan Penelitian**

Peneliti melakukan penelitian berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti pada Atria Hotel Paramount Serpong yang bertempat di Jalan Boulevard Gading Serpong Tangerang 15810. Indonesia. Wawancara yang peneliti lakukan, langsung di hotel tersebut pada 22 Desember 2012, pukul 11.00 WIB dan wawancara susulan pada 23 Februari 2013, pukul 14:00 WIB.

Bila dikaitkan dengan penelitian yang peneliti lakukan, maka yang menjadi sumber data penelitian ini merupakan pihak yang berkaitan, mengetahui strategi public relations yang dijalankan oleh hotel. Pihak yang layak menjadi *key informan* penelitian ini adalah:

1. Wawancara yang dilakukan dengan pihak Atria Hotel Paramount Serpong, yaitu Ibu Vika Anjarrini yang merupakan *informan* utama yang

menjabat sebagai *Public Relation Manager* Atria Hotel Paramount Serpong. Alasan peneliti memilih *informan* ini karena *informan* tersebut merupakan pihak internal perusahaan yang mengetahui secara mendalam strategi *Public Relations* seperti apa yang digunakan dalam mendukung keberhasilan pemasaran Atria Hotel Paramount Serpong.

### **3.6. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.6.1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya, diamati dan di catat pertama kalinya. Bila dikaitkan dengan penelitian yang dilakukan penulis ini, maka yang menjadi data primer merupakan data utama yang berkaitan dengan Strategi Public Relations dalam mendukung pemasaran Atria Hotel Paramount Serpong. Data primer tersebut dapat diperoleh melalui:

#### **1. Wawancara (*In Depth Interview*)**

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan wawancara mendalam sebagai data primer yang peneliti kumpulkan dari *informan*. Wawancara mendalam merupakan sebuah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan *informan* atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman wawancara (Bungin, 2008: 108).

Dalam penelitian ini wawancara yang digunakan adalah wawancara semistruktur. Pewawancara biasanya mempunyai daftar pertanyaan tertulis tapi memungkinkan untuk menanyakan pertanyaan-pertanyaan secara bebas, yang terkait dengan permasalahan. Wawancara ini dikenal pula dengan nama wawancara terarah atau wawancara bebas terpimpin. Artinya, wawancara dilakukan secara bebas, tapi terarah dengan tetap berada pada jalur pokok permasalahan yang akan ditanyakan dan telah disiapkan terlebih dahulu (Kriyantono, 2006: 101-102).

## **2. Wawancara dengan Informan Pendukung**

Sistem wawancara ini dilakukan dengan wawancara semi struktur, dimana dalam wawancara ini bertujuan untuk menemukan permasalahan secara lebih terbuka, dan meminta pendapat pihak-pihak yang diwawancarai. Teknik yang ini dilakukan peneliti karena peneliti ingin mencari sumber data lain untuk menjadi data pendukung dari data wawancara yang dilakukan dengan *key informan*.

Adapun Informan yang menjadi sumber data untuk melengkapi hasil penelitian, yaitu :



1. Bapak Calvin Eko Saputro selaku praktisi pemasaran.

Wawancara dilakukan untuk mengetahui, berhasil atau tidaknya pemasaran Atria Hotel Paramount Serpong yang didirikan di kawasan perumahan Gading Serpong.

2. Aliyah ( Bina Sarana Informatika) dan Anita Puspita (Sekolah Tinggi Interstudy) selaku warga yang tinggal di daerah Jakarta.

Wawancara dilakukan untuk melengkapi penelitian dan untuk mengetahui adanya Atria Hotel Paramount Serpong.

### **3.6.2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang digunakan untuk melengkapi data primer atau bisa dikatakan sebagai data tambahan. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan peneliti dapatkan dengan melakukan observasi atau terlibat langsung dengan Strategi Public Relations. Tujuan dari metode pengumpulan data ini adalah untuk mendapatkan informasi yang mendukung kelengkapan data.

#### **1. Studi Dokumen**

Data sekunder diperlukan untuk melengkapi data primer yang sudah didapat sebelumnya. Kelengkapan data tersebut dapat berupa artikel pemberitaan, *press release*, buku, dokumen yang terkait dengan Atria Hotel Paramount Serpong.

Studi kepustakaan ini merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mempelajari berbagai literature dan berbagai sumber bacaan yang berkaitan dengan bidang yang sedang diteliti penulis (Husein, 2002: 250).

### **3.7. Teknik Analisis Data**

Dalam menganalisa data yang diperoleh melalui pengumpulan informasi dari wawancara dan dokumen-dokumen pendukung dalam penelitian ini, langkah-langkah yang peneliti gunakan dalam menganalisis data yang sudah terkumpul mengikuti salah satu model analisis data kualitatif yaitu model Milles dan Hubberman yang memiliki 3 komponen di dalamnya yang terdiri dari (Milles dan Hubberman dalam Elvinaro Ardianto, 2010: 223):

#### **1. Reduksi**

Reduksi data adalah suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang, menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan. Sebagaimana pengumpulan data berproses, terdapat beberapa bagian selanjutnya dari reduksi data (membuat rangkuman, membuat tema-tema, membuat gugus-gugus, membuat pemisahan bahkan menulis memo).

#### **2. Model data (*data display*)**

Peneliti mendefinisikan model data sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun dan membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan tindakan. Bentuk yang paling sering digunakan model data kualitatif adalah teks naratif.

### **3. Penarikan/verifikasi kesimpulan**

Dari awal permulaan pengumpulan data, peneliti mulai memutuskan apakah makna dari penelitian, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi membentuk sebuah kesimpulan awal dimana kesimpulan awal bersifat sementara, dan dapat berubah. Kesimpulan yang ditarik dalam penelitian berupa deskripsi atau gambaran suatu objek yang masih belum terlihat jelas setelah diteliti menjadi jelas, dan memiliki hubungan kasual.

#### **3.8. Teknik Keabsahan**

Dalam proses verifikasi atau pengecekan kesahihan, peneliti melakukan metode triangulasi yang bertujuan untuk mengecek kebenaran dan data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh oleh sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan, dan dengan menggunakan metode yang berlainan. Triangulasi tidak sekedar menilai kebenaran data, tetapi juga menyelidiki validitas tafsiran kita mengenai data tersebut. (Nasution (2003) dalam Elvinaro Ardianto, 2010:197)