

BAB III

METODELOGI PENELITIAN

Secara harfiah “metodik” itu berasal dari kata “metode” (*method*). Metode berarti suatu cara kerja sistematis dan umum, seperti cara kerja ilmu pengetahuan. Dari segi bahasa metode berasal dari dua kata yaitu *meta* dan *hodos*. *Meta* berarti “melalui” dan *hodos* berarti “jalan” atau “cara” (Burhan : 2006:58). Dengan demikian metode dapat diartikan cara atau jalan khusus yang harus dilalui untuk mencapai suatu tujuan. Metode adalah cara kerja yang sistematis untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan yang mencapai tujuan yang ditentukan.

3.1 Pendekatan atau Paradigma Penelitian

3.1.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami apa yang tersembunyi di balik fenomena yang kadang kala merupakan sesuatu yang sulit untuk diketahui atau dipahami.

Menurut Ronny Kuntur dalam bukunya Metode Penelitian (2004:16), “metode penelitian kualitatif adalah penelitian yang datanya merupakan data kualitatif, umumnya dalam bentuk narasi atau gambar-gambar.” Adapun penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor (dalam Moleong, 2004:4) adalah “metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.” Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu tersebut secara holistik (utuh). Jadi, dalam hal ini tidak boleh mengisolasi individu atau

organisasi ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan. Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapat pemahaman yang sifatnya umum terhadap kenyataan sosial dari perspektif partisipan. Pemahaman tersebut tidak ditentukan terlebih dahulu tetapi diperoleh setelah melakukan analisis terhadap kenyataan sosial yang menjadi fokus penelitian, dan kemudian ditarik suatu kesimpulan berupa pemahaman umum tentang kenyataan-kenyataan tersebut.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif studi kasus studi kasus itu sendiri merupakan tipe pendekatan dalam penelitian yang menelaah satu kasus secara insentif, mendalam, mendetail, dan komperhensif (Elvinaro, 2011:64). Sedangkan menurut Scramm (dalam Yin, 2013:17): 'Esensi studi kasus, kecenderungan utama dari semua jenis studi kasus, adalah mencoba menjelaskan keputusan-keputusan tentang mengapa studi tersebut dipilih, bagaimana mengimplementasikannya, dan apa hasilnya (Schramm,1971).

Penelitian Studi Kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu : Studi Kasus eksplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif. Dalam penggunaannya, peneliti studi kasus perlu memusatkan perhatian pada aspek pendesainan dan penyelenggaraanya agar lebih mampu menghadapi kritik-kritik tradisional tertentu terhadap metode/tipe pilihannya. Studi kasus juga merupakan strategi yang lebih cocok bila pertanyaan penelitiannya berkenaan dengan *how* atau *why* (Yin, 2013:1).

Robert K. Yin mengemukakan Studi Kasus adalah suatu inkuiri empiris yang:

1. Menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana;
2. Batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak. Dengan tegas; dan di mana;
3. Multisumber bukti dimanfaatkan (Yin.2013:18).

Setiap tipe penelitian empiris mempunyai desain penelitian yang implisit, jika tidak bisa eksplisit. Pada tingkat paling sederhana, desain merupakan kaitan logis antara data empiris dengan pertanyaan awal penelitian, dan terutama konklusi-konklusinya. Desain penelitian lebih dari sekedar rencana. Tujuan pokoknya adalah membantu peneliti untuk menghindari data yang tidak mengarah ke pertanyaan-pertanyaan awal penelitian yang telah disusun sebelumnya.

Berdasarkan itu, ada empat komponen penting dalam desain studi kasus yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan penelitian
2. Proposisi jika diperlukan
3. Unit-unit analisis
4. Logika yang mengaitkan data dengan proposisi (Yin, 2013:29)

Menurut Robert K. Yin dalam bukunya Studi Kasus Desain dan Metode (2013:46), terdapat ada empat tipe desain studi kasus yaitu:

- a) Desain kasus tunggal holistik
- b) Desain kasus tunggal terjalin (embeded)
- c) Desain multi kasus holistik
- d) Desain multi kasus terjalin

Di sini penulis menggunakan Desain studi kasus yang desain kasus tunggal holistik. Berdasarkan pemikiran (Yin, 2013:47-49), kasus tunggal dari penelitian ini memiliki beberapa alasan, yaitu:

1. Studi kasus analog eksperimen tunggal, dan banyak kondisi kondisi yang sama yang membenarkan studi kasus tunggal.

2. Kasus tersebut menyajikan suatu kasus ekstrem atau unik.
3. Merupakan kasus penyingkapan itu sendiri. Situasi ini muncul manakala peneliti mempunyai kesempatan untuk mengamati dan menganalisis suatu fenomena yang tidak mengizinkan penelitian ilmiah.

Yang menjadi sasaran penelitian adalah *personal branding* penyiar radio di Bandung yaitu Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia, sebuah studi kasus mungkin mencakup lebih dari satu unit analisis. Hal ini terjadi jika di dalam kasus tunggal perhatian diberikan kepada satu atau beberapa sub unit analisis. Namun, jika studi kasus tersebut hanya mengkaji sifat umum penelitian yang bersangkutan, maka seharusnya menggunakan desain holistik.

Dalam penelitian ini kasus yang diteliti merupakan kasus yang tunggal, berisi kondisi-kondisi yang sama yang dijadikan sebagai suatu kasus yang akan diteliti, dalam hal penelitian ini yakni upaya *personal branding* peyiar radio di Bandung, selain itu juga bersifat unik atau ekstrem karena kasus yang diteliti merupakan sebuah upaya melakukan *personal branding* yang dilakukan penyiar dalam mem-brand dirinya, dalam hal ini keunikan dapat diambil dari jenis gaya bahasa dan tampilannya, dalam penelitian ini dilihat bagaimana seorang peyiar dapat membentuk sebuah interaksi di antara pendengar melalui komunikasi verbal dan nonverbal. Yang terakhir yakni dalam penelitian ini bisa ditemukan jawaban-jawaban akan kasus berdasarkan dari apa yang kita lihat dilapangan, tidak selalu terdapat dalam buku-buku komunikasi.

3.1.2 Paradigma Penelitian

Menurut Harmon (1970), paradigma sebagai cara mendasar untuk mempresepsi, berfikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas (Moleong, 209:49).

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang hampir merupakan antithesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap pelaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka.

Menurut Patton, para peneliti konstruktivis mempelajari beragam realita yang terkonstruksi oleh individu dan implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lainnya dalam konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman unik. Dengan demikian, penelitian dengan strategi seperti ini menyarankan bahwa setiap cara yang diambil individu dalam memandang dunia adalah valid, dan perlu adanya rasa menghargai atas pandangan tersebut (Patton, 2002: 96-97).

3.2 Subjek, Objek, Wilayah Penelitian, dan Sumber Data

3.2.1 Subjek

Yang dimaksud dengan subjek penelitian, adalah orang, tempat atau benda yang diamati (Kamus Bahasa Indonesia, 1989:862). Adapun subjek dari penelitian adalah penyiar radio di Bandung yang sudah cukup terkenal dengan dalam melakukan proses *personal branding*.

Profil subjek penelitian:

1. Nama : Iqbal Ramadhan

Pekerjaan : *Announcer* Radio Ardan, Presenter Inspira TV, MC.

Lama kerja : 9 tahun sejak tahun 2005

2. Nama : Vivie Novidia

Pekerjaan : *Announcer* Radio Hard Rock, MC, Owner Numberone
Broadcasting School

Lama kerja : 5 tahun sejak tahun 2007

3.2.2 Objek

Yang dimaksud obyek penelitian, adalah hal yang menjadi sasaran penelitian (Kamus Bahasa Indonesia, 1989 : 622). Objek peneitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti (Suprpto, 2000 : 21). Objek penelitian ini yaitu upaya *personal branding* yang dilakukan penyiar radio di Bandung kepada publik. *Personal branding* yaitu semua aspek komunikasi selain kata-kata itu sendiri, komunikasi mencakup bagaimana kita mengutarakan kata-kata, fitur-fitur lingkungan yang mempengaruhi interaksi, dan objek yang mempengaruhi citra personal dan pola interaksi.

Dalam proses *personal branding* tidak hanya menggunakan bahasa verbal dalam penyampaian materi yang diberikan kepada publik, tetapi juga

menggunakan bahasa nonverbal hal ini dikarenakan daya tarik, sehingga publik dapat mengingat tentang individu tersebut.

Iqbal Ramadhan dan Vivie Novidia ini memiliki perbedaan dengan penyiar radio lain, yakni mereka mempunyai ciri khas tersendiri untuk menarik publik lebih mengenal dirinya.

Radio merupakan salah satu media massa sebagai batu loncatan untuk mengenalkan diri kepada publik. Radio mempunyai segmentasi untuk para pendengarnya, sehingga seorang penyiar harus mempunyai daya tarik tersendiri untuk membawakan sebuah program. Penyiar merupakan salah satu tombak sebuah radio, karena radio dapat dikenal oleh publik melalui penyiarnya yang membawakan program radio tersebut secara menarik.

Maka dari itu seorang penyiar harus memiliki cara daya tarik tersendiri agar publik dapat mengetahui tentang dirinya dan seorang penyiar juga terkadang merupakan *brand* dari radio tersebut.

3.2.3 Wilayah Penelitian

Adapun wilayah penelitian yang penulis teliti yaitu kegiatan sehari-hari penyiar, yang menyesuaikan waktu dan tempat.

3.2.4 Sumber Data

Sumber data berupa manusia atau informan di pilih secara purposif. Teknik ini dipilih berdasarkan pertimbangan rasional peneliti bahwa informanlah yang memiliki otoritas dan kompetensi untuk memberikan informasi atau data

sebagaimana diharapkan peneliti (Suprayogo & Tobroni, 2001:133-1340).

Sumber data dalam penelitian ini yaitu:

1. Sumber Data Primer

- a. Penyiar

Penyiar merupakan orang yang melakukan proses *personal branding* dirinya.

3.3 Teknik Pengumpulan Data

Yang disebut data dalam penelitian ini adalah segala fakta dan informasi yang dapat dijadikan instrumen penelitian. Terdapat beberapa cara yang dapat dilakukan dalam pengumpulan data studi kasus yaitu : dokumen, rekaman, arsip, wawancara, observasi langsung, observasi pameran serta, dan perangkat fisik.

1. Wawancara

Wawancara adalah pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2013:72).

Teknik pengumpulan data dengan mengadakan Tanya jawab langsung untuk pencarian dan pengumpulan informasi atau data kepada semua pihak yang berhubungan dengan penelitian, yaitu penyiar. Wawancara dilakukan dengan mengajukan sejumlah pertanyaan yang berhubungan dengan *personal branding*.

2. Observasi

Observasi adalah kegiatan kita yang paling utama dan teknik penelitian ilmiah yang paling penting (Rakhmat, 2009:81). Penulis melakukan pengamatan langsung ke lapangan untuk mengetahui bagaimana proses *personal branding* yang dilakukan oleh penyiar. Observasi sangat penting dilakukan karena berfungsi untuk menjelaskan, memberikan dan memerinci gejala yang terjadi secara langsung.

Pada penelitian ini penulis digunakan observasi tak berstruktur, yang berarti penulis tidaklah sepenuhnya melaporkan peristiwa yang ada, karena sesuai dengan definisi dari metode observasi tak berstruktur itu sendiri adalah tidaklah sepenuhnya melaporkan peristiwa sebab prinsip utama observasi adalah merangkumkan, mensistematiskan, dan menyederhanakan representasi peristiwa (Rakhmat, 2009 : 85)

Dalam tahap observasi ini peneliti melakukan survei secara langsung terhadap pelaksanaan proses *personal branding* penyiar radio. Di sini peneliti ingin melihat secara langsung bagaimana sesungguhnya *personal branding* yang dilakukan dalam kegiatan-kegiatan sehari-hari penyiar ketika seorang penyiar sedang melakukan pekerjaan seperti bersiaran, meng-mc, menjadi presenter dan lain sebagainya. Observasi akan dilakukan selama 3 bulan yakni sejak bulan Maret 2015 – Juni 2015, waktu observasi telah ditentukan oleh penulis.

Selain itu juga, selama observasi peneliti menjalin kedekatan dengan penyiar. Hal ini bertujuan agar pada saat melakukan wawancara, informan dapat menjawab pertanyaan penelitian secara terbuka.

3. Kepustakaan

Teknik ini mengumpulkan, mempelajari, meneliti data yang diperoleh dari berbagai sumber bacaan yang terdapat di perpustakaan, seperti buku, dokumen, kliping, buletin, brosur, majalah serta bacaan lain yang memiliki keterkaitan erat dengan permasalahan yang sedang dibahas. Mendukung teknik yang digunakan oleh penulis. Kegiatan dengan teknik studi pustaka sendiri merupakan sebuah kegiatan memperoleh data atau informasi dengan merujuk pada buku-buku bacaan yang mendukung dan yang sesuai dengan materi penelitian.

3.4 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Patton (Moleong, 2009:280) adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian data. Secara umum proses analisis data mencakup beberapa hal sebagai berikut:

1. Reduksi Kata

- a. Identifikasi satuan (unit). Pada mulanya diidentifikasi adanya satuan yaitu bagian terkecil yang ditemukan dalam data yang

memiliki makna bila dikaitkan dengan fokus dan masalah penelitian.

- b. Sesudah satuan diperoleh, langkah berikutnya adalah membuat koding. Membuat koding berarti memberikan kode pada setiap 'satuan', agar supaya tetap dapat ditelusuri data/satuannya, berasal dari sumber mana.

Pada saat melakukan wawancara dan observasi di lapangan, penulis menemukan beberapa fakta yakni berupa apa saja yang dilakukan dalam proses *personal branding*, seperti berbicara, gerakan tubuh, penampilan, dan yang lainnya.

Setelah mengetahui apa yang dilakukan kemudian diberi tanda apakah yang dilakukan ini masuk ke dalam hasil wawancara yang dilakukan kepada subjek atau hasil dari observasi yang dilakukan selama proses penelitian.

2. Kategorisasi

- a. Menyusun kategori. Kategorisasi adalah upaya memilah-milah setiap satuan ke dalam bagian-bagian yang memiliki kesamaan.
- b. Setiap kategori diberi *nama* yang disebut 'label'.

Selanjutnya, bentuk-bentuk *personal branding* yang dilakukan penjiar berupa hasil wawancara dan observasi di lapangan dikategorisasikan ke dalam kategori-kategori tertentu sesuai dengan jenisna seperti bahasa tubuh, parabahasa, penampilan dan lain sebagainya.

3. Sintesisasi

- a. Mensintesisikan berarti mencari kaitan antara satu kategori dengan kategori lainnya.
- b. Kaitan satu kategori dengan kategori lainnya diberi nama/label lagi.

Setelah itu dari kategori-kategori itu kita kaitkan apakah ada kaitannya antara satu kategori dengan kategori lainnya. Apakah penjiar dalam melakukan proses komunikasinya selalu menggabungkan kategori yang berbeda yang bertujuan agar dapat lebih mudah memahaminya.

4. Menyusun 'Hipotesis Kerja'

Hal ini dilakukan dengan jalan merumuskan suatu pertanyaan yang proposisional. Hipotesis kerja ini sudah merupakan teori substantif (yaitu teori yang berasal dan masih terkait dengan data). Hipotesis kerja itu terkait dan sekaligus menjawab pertanyaan penelitian.

3.5 Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik keabsahan data triangulasi. Moleong (2009:330) dalam bukunya *Metode Penelitian Kualitatif* mengemukakan "Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang

memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap obyek penelitian.”

Denzin 1978 (dalam Moleong 2009) membedakan “empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan sumber, metode, penyidik, dan teori”. Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara.
- b. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang mengenai situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, dll.
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Patton 1987:331 dalam Moleong, 2009: 331).

“Dalam hal ini jangan sampai banyak mengharapakan bahwa hasil perbandingan tersebut merupakan kesamaan pandangan, pendapat, atau pemikiran. Yang penting di sini adalah bisa mengetahui adanya alasan-alasan terjadinya perbedaan-perbedaan tersebut” (Patton 1987:331 dalam Moleong, 2009:331).

Menurut Patton, pada triangulasi dengan metode terdapat dua cara yang dapat ditempuh, yaitu :

- a. Pengecekan derajat kepercayaan penemuan hasil penelitian beberapa teknik pengumpulan data.
- b. Pengecekan derajat kepercayaan beberapa sumber data dengan metode yang sama (Patton, 1987:392 dalam Moleong, 2009:331).

Teknik triangulasi yang ketiga ialah dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Cara lainnya adalah dengan membandingkan hasil pekerjaan seorang analis dengan analisis lainnya.

Triangulasi dengan teori menurut Lincoln dan Guba (1981:307 dalam Moleong, 2009:331), berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat diperiksa derajat kepercayaannya dengan satu atau lebih teori. Di pihak lain, Patton (1978:327 dalam Moleong, 2009:331) berpendapat lain, yaitu bahwa hal itu dapat dilaksanakan dan hal itu dinamakannya penjelasan banding (*rival explanation*). Melaporkan hasil penelitian disertai penjelasan akan meningkatkan derajat kepercayaan data yang diperoleh.

Dalam penelitian ini menggunakan triangulasi sumber, yakni dengan membandingkan hasil wawancara dengan penyiar yang beradadi radio tersebut dengan observasi yang dilakukan di lapangan. Hal ini dilakukan untuk mengecek kembali hasil penelitian di lapangan dengan membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara untuk memeriksa keabsahan data yang diperoleh.