



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 dan Sifat Penelitian

Penelitian yang diteliti berjudul “Implementasi *Event Management* Frontier Consulting Group untuk meningkatkan *awareness*. (Studi kasus Hari Pelanggan Nasional 2015). Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Menurut John W Creswell (2014, h.4) penelitian kualitatif adalah sebuah pendekatan untuk menjelajahi dan memahami individu, makna, atau kelompok yang meneliti tentang sebuah masalah sosial atau individu. Pertanyaan biasanya muncul dari prosedur data yang dikumpulkan dari partisipan. Peneliti bertugas membuat interpretasi dari makna data tersebut.

Lebih lanjut Creswell juga menjelaskan pendekatan penelitian kualitatif berbeda dengan penelitian kuantitatif. Walaupun prosesnya terlihat sama, tetapi metode kualitatif bergantung pada teks dan gambar data, kualitatif juga memiliki langkah data analisis yang unik dan menggambarannya secara berbeda dengan kuantitatif. (Creswell, 2014, h.183)

Penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan 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. (Ruslan, 2013, h.215)

Sifat dari penelitian ini adalah deskriptif, yang berarti penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan suatu gejala, fakta atau realita. (Raco, 2010, h.50). Pada kualitatif deskriptif data yang dikumpulkan juga berfokus pada teks dan gambar bukan berfokus pada angka – angka. (Creswell, 2003, h.227)

Lebih lanjut, penelitian yang bersifat deskriptif menurut Emzir (2012, h.3) berarti data yang dikumpulkan lebih mengambil bentuk kata – kata atau gambar daripada angka – angka. Hasil penelitian tertulis berisi kutipan – kutipan dari data untuk mengilustrasikan dan menyediakan bukti presentasi. Data tersebut mencakup transkrip wawancara, catatan lapangan, fotografi, *videotape*, dokumen pribadi, memo, dan rekaman – rekaman resmi lainnya. Peneliti kualitatif deskriptif tidak mereduksi halaman demi halaman dari narasi dan data lain ke dalam simbol numerik. Tetapi, mencoba menganalisis data dengan segala kekayaannya sedapat dan sedekat mungkin dengan bentuk rekaman dan transkripnya.

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mendeskripsikan bagaimana implementasi *event management* Frontier Consulting Group untuk meningkatkan *awareness*.

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma *post – positivisme*. Paradigma dalam penelitian kualitatif adalah mengasumsikan bahwa realitas tersebut, bersifat ganda dan kompleks, satu sama lainnya saling berhubungan sehingga merupakan satu kesatuan yang bulat atau holistik.

Post – positivisme merupakan determinasi filsafat yang dalam melakukan penelitian, menentukan sebuah hasil atau efek dari penelitian tersebut. Masalah – masalah yang ditemukan pada penelitian tersebut dipersempit dan disimpulkan melalui pertanyaan – pertanyaan. (Creswell, 2014, h.7)

Post – Positivisme juga meyakini bahwa semua ilmu mesti didasarkan pada pandangan dan cara kerja ilmu – ilmu alam. Sehingga tidak mengherankan keyakinan tentang realitas itu diadopsi dan diadaptasi untuk semua ilmu, termasuk ilmu – ilmu sosial dan budaya. Selain itu paradigma *post – positivisme* juga menarik jarak dari objek, tidak memihak dan mengedepankan objektivitas, meyakini pengetahuan itu bebas nilai. Artinya si peneliti tidak boleh melibatkan diri dan nilai yang dianutnya termasuk ideologi dan keyakinan agamanya, juga tidak memberikan penilaian yang

bersifat pribadi secara subjektif. Jadi, dia harus berusaha keras untuk menghilangkan bias pribadi. (Putra, 2013, h.5-9)

3.2 Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah studi kasus. Menurut Neuman (2013, h.47-48) penelitian studi kasus menelaah berbagai karakteristik dari sedikit kasus. Kasus – kasus tersebut dapat berupa individu, kelompok, organisasi, pergerakan, peristiwa, atau unit geografis. Data dalam jenis kasus ini terperinci, bervariasi, dan ekstensif.

Jenis studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah *single embedded design* dari Robert K Yin. Menurut Yazan (2015), studi kasus *single embedded design* adalah studi kasus yang menggunakan dua unit analisis. Penelitian dengan studi kasus jenis ini juga menempatkan sebuah kasus sebagai fokus dari penelitian. Pada penelitian ini, unit analisisnya adalah implementasi *event management* Frontier Consulting Group dalam membangun *awareness* studi kasus hari pelanggan nasional 2015.

Pada penelitian ini, fokusnya untuk mengetahui implementasi *event management* Frontier Consulting Group untuk membangun *awareness*. Wawancara dilakukan kepada informan yang berkaitan dengan penelitian yaitu pihak *event management* dari Frontier Consulting Group, serta pakar yang ahli pada bidangnya terutama pada bidang *event management / event planning*

3.3 *Key Informan / Informan*

Informant adalah orang yang terjun langsung dalam penelitian lapangan yang akan dijadikan topik sebuah penelitian dan berisi semua sumber informasi mengenai penelitian tersebut. Peneliti dalam hal ini harus mampu membangun *relationship* yang baik dengan informan tersebut. (Neuman, 2014, h.466)

Informant seringkali sangat penting dalam keberhasilan suatu studi kasus. *Informan* tidak hanya bisa memberikan keterangan tentang sesuatu kepada peneliti tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber – sumber bukti lain yang mendukung, serta menciptakan akses terhadap sumber yang bersangkutan. (Yin, 2014, h.109)

Berdasarkan penjelasan dan asumsi diatas, maka peneliti menggunakan *key informan* dan *informan* sebagai berikut :

1. Hasan Djamaluddin

Peneliti menilai beliau merupakan informan yang kredibel dan memiliki legitimasi dalam penelitian ini. Dimana beliau menjabat sebagai *Head of Marketing Communication* Frontier Consulting Group. beliau juga sangat memahami, mengetahui dan melakukan analisa, penentuan media promosi serta perencanaan terhadap kegiatan Hari Pelanggan Nasional 2015 yang dilakukan oleh Frontier Consulting Group. Berdasarkan dari model perencanaan, beliau menguasai serta berperan penting dalam bidang

establish the features of the product, identify customer, promote the event, evaluate marketing effort.

2. Rishan Sonya

Beliau merupakan informan kedua, yang menjabat sebagai *Assistant Head of Marketing Communication* Frontier Consulting Group. beliau merupakan orang yang kredibel dan memiliki banyak data internal yang sangat mendukung peneliti dalam melakukan penelitian ini. Selain itu, beliau juga membantu *Head of Marketing Communication* Frontier Consulting Group terhadap melakukan perencanaan, promosi, serta melakukan analisa secara langsung dan turun ke lapangan. Sehingga sangat memahami *event* tersebut. Berdasarkan dari model perencanaan, informan memiliki peran penting dan menguasai dalam bidang *promote the event, establish price and ticket program, plan to meet audience needs and wants*

3. Endra Cahyadi

Beliau merupakan *Senior Project Manager* dari Dyandra Promosindo, perusahaan yang bergerak dalam bidang *event management* yang sangat kredibel. Endra Cahyadi, sudah bergerak dan terjun langsung dalam dunia *event* selama kurang lebih 8 tahun. Beliau juga mengetahui dan mengikuti *event* Hari Pelanggan Nasional 2015.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Menurut Gay dan Airasian (2006) observasi, wawancara, dokumen pribadi dan resmi, foto, rekaman, gambar, dan percakapan informal semua merupakan sumber data kualitatif. Sumber yang paling umum digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumen, kadang – kadang dipergunakan secara bersama – sama dan kadang – kadang secara individual. Semua jenis data ini memiliki satu aspek kunci secara umum. Analisisnya terutama tergantung pada keterampilan integratif dan interpretatif dari peneliti. Interpretasi diperlukan karena data yang dikumpulkan jarang berbentuk angka dan karena data kaya rincian dan panjang.

Data penelitian dapat berupa teks, foto, angka, cerita, gambar, *artifacts*. Data penelitian kualitatif biasanya berbentuk teks, foto, cerita, gambar, *artifacts* dan bukan berupa angka hitung – hitungan. Data dikumpulkan bilamana arah dan tujuan penelitian sudah jelas dan juga bila sumber data yaitu informan atau partisipan sudah diidentifikasi, dihubungi serta sudah mendapatkan persetujuan atas keinginan mereka untuk memberikan informasi yang dibutuhkan. (Raco, 2010, h.108)

Teknik dari pengumpulan data itu sendiri terbagi menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder :

1. Data Primer

Dalam penelitian ini, data primer yang didapat adalah melalui tahap *indepth interview* atau yang lebih dikenal dengan wawancara secara mendalam.

Wawancara adalah bentuk komunikasi antara dua orang, melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seorang lainnya dengan mengajukan pertanyaan – pertanyaan, berdasarkan tujuan tertentu. Wawancara secara mendalam mirip dengan percakapan informal, metode ini bertujuan memperoleh bentuk – bentuk tertentu informasi dari semua responden, tetapi susunan kata dan urutannya disesuaikan dengan ciri – ciri setiap responden. Wawancara mendalam bersifat luwes, susunan pertanyaannya dan susunan kata – kata dalam setiap pertanyaan dapat diubah pada saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi saat wawancara, disesuaikan dengan kebutuhan dan kondisi pada saat melakukan wawancara.

(Mulyana, 2013, h.180)

2. Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian ini adalah studi kepustakaan atau *literature review*. Studi kepustakaan atau *literature review* menurut Creswell (2014, h.27-29) adalah, melakukan, mencari, dan mengorganisir sumber - sumber pustaka yang berkaitan

dengan permasalahan yang akan diteliti. Kegiatan ini wajib dilakukan dalam melakukan sebuah penelitian, untuk memperkaya materi penelitian. Tinjauan pustaka merupakan ringkasan tertulis dari sebuah artikel, jurnal, buku, dan dokumen – dokumen lain yang menggambarkan keadaan masa lalu dan saat ini, mengatur literatur menjadi topik, dan mendokumentasikan kebutuhan untuk penelitian yang diusulkan.

3.5 Uji Keabsahan Data

Untuk menguji keabsahan data sebuah penelitian, maka digunakanlah teknik triangulasi data. Triangulasi adalah proses penguatan bukti dari individu – individu yang berbeda dalam deskripsi dan tema – tema dalam penelitian kualitatif. Peneliti menguji setiap sumber informasi dan bukti – bukti temuan untuk mendukung sebuah tema. Hal ini menjamin bahwa studi akan menjadi akurat karena informasi berasal dari berbagai sumber informasi, individu, atau proses. Dalam cara ini, peneliti terdorong untuk mengembangkan suatu laporan yang akurat dan kredibel. (Emzir, 2012, h.82)

Selain itu, dengan triangulasi dalam melihat suatu kasus kita dapat melihatnya dari berbagai sudut pandang. Hal ini meningkatkan keakuratan dari penelitian kita. (Neuman, 2013, h.186)

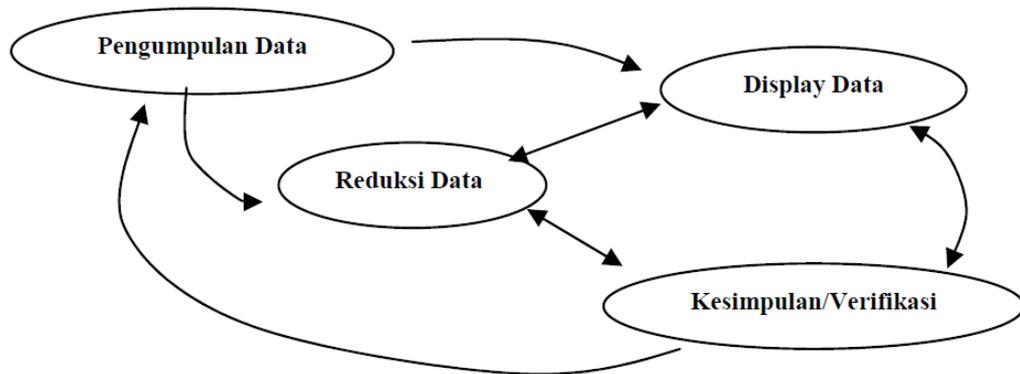
Triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber. Menurut Patton dalam Moleong (2010, h.330-331) triangulasi sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal itu dapat dicapai dengan jalan :

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang – orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang beradab, orang pemerintahan.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

3.6 Teknik Analisis Data

Model teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah model dari Miles dan Huberman dikutip dari (Emzir, 2012, h.129-

135) dari model tersebut terdapat tiga kegiatan dalam analisis data kualitatif, yaitu : reduksi data, model data (*data display*), dan penarikan / verifikasi



Gambar 3.1 Komponen Analisis Data : Model Interaktif

Sumber : Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data

Reduksi Data

Reduksi data merujuk pada proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan, abstraksi, dan pentransformasian data mentah yang terjadi dalam catatan – catatan lapangan tertulis. Sehingga pada intinya pada tahap ini, peneliti merangkum dan menyederhanakan data yang penting – penting lalu memasukkannya ke dalam penelitian.

Model Data (*Data Display*)

Model data didefinisikan sebagai suatu kumpulan informasi yang tersusun yang membolehkan pendeskripsian kesimpulan dan pengambilan

tindakan. Model ini mencakup berbagai jenis matrik, grafik, jaringan kerja, dan bagan. Semua dirancang untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu yang dapat diakses secara langsung, bentuk yang praktis, dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan yang dijustifikasikan maupun bergerak ke analisis tahap berikutnya.

Penarikan / Verifikasi Kesimpulan

Dari permulaan pengumpulan data, peneliti kualitatif mulai memutuskan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola – pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur kausal, dan proposisi – proposisi. Peneliti yang kompeten dapat menangani kesimpulan – kesimpulan ini secara jelas, memelihara kejujuran, dan kecurigaan.

Penggunaan model dari Miles dan Huberman ini digunakan karena di dalamnya menjelaskan bahwa dalam melakukan suatu analisis data, peneliti harus mampu melakukan reduksi data atau memilih – milih data mana yang layak, penting, dan harus dimasukkan ke dalam sebuah penelitian, sehingga penelitian menjadi lebih terfokus dan lebih terperinci. Kemudian menampilkan model data atau data *display*, data – data yang telah kita dapat dari hasil penelitian kita seperti grafik, bagan, matriks, dan data – data lainnya ditampilkan dalam penelitian untuk dapat diteliti secara lebih lanjut. Setelah melakukan reduksi data dan menampilkan model data, dari

sana baru dapat dilakukan verifikasi atau penarikan kesimpulan secara lebih mendalam terhadap suatu penelitian.

3.7 Analyzing The Public

Ronald D Smith (2009, h.48) menjelaskan bahwa ada beberapa strategi yang berbeda dalam melakukan *grouping*. Strategi tersebut dikelompokkan secara berbeda – beda. Yaitu, *publics, markets, audiences, and stakeholders*.

- **Public** : Publik seperti keluarga di dalam sebuah perusahaan. Mereka bisa saja mengganggu ataupun membantu, menolong ataupun tidak, tetapi bagaimanapun juga perusahaan harus berhadapan dengan mereka. Publik ada dikarenakan interaksi, interdependensi mereka terhadap perusahaan.
- **Market** : *market* seperti seorang teman didalam sebuah perusahaan, kita memilih mereka dan mereka memilih kita. Tentu saja kebanyakan orang memilih teman berbasiskan akan kesamaan dan ketertarikan akan hal yang sama. *Market* adalah tipe publik yang sebuah perusahaan akan mengembangkan strategi mereka untuk mendapatkan *market* tersebut.
- **Audience** : *audience* berbeda dengan publik, audiens lebih memerhatikan medium komunikasi sebuah perusahaan, dan

menerima pesan melalui komunikasi tersebut. Baik *public relations* maupun *marketing* akan berhadapan dengan audiens. Hubungan antara audiens dengan perusahaan akan berlangsung secara singkat. Seperti membaca pemberitaan mengenai perusahaan dan mendengarkan *speech*.

- **Stakeholders** : banyak yang menyamakan antara *stakeholders* dengan publik. Konsepnya, *stakeholders* berhubungan dengan organisasi melalui dampak potensial terhadap misi organisasi dan tujuan, sedangkan publik berkaitan dengan organisasi melalui pesannya. *Stakeholders* juga sadar bahwa mereka saling memiliki *mutual relationship* dengan organisasinya.

Key Publics

Planning komunikasi yang baik adalah mampu mengidentifikasi bermacam – macam publik yang dimiliki oleh sebuah organisasi. (Smith, 2009, h.92)

- **Customers** : *Customers* adalah publik yang menggunakan produk / jasa sebuah perusahaan.
- **Producers** : Publik yang memberikan masukan kepada organisasi

- *Enablers* : Publik yang menyediakan regulator dengan melakukan pengaturan norma atau menetapkan *standard* sebuah perusahaan.
- *Limiters* : publik yang dengan berbagai macam cara berusaha untuk mengurangi atau melemahkan sebuah kesuksesan sebuah perusahaan. Seperti, kompetitor, aktivis, penantang, serta kekuatan musuh.

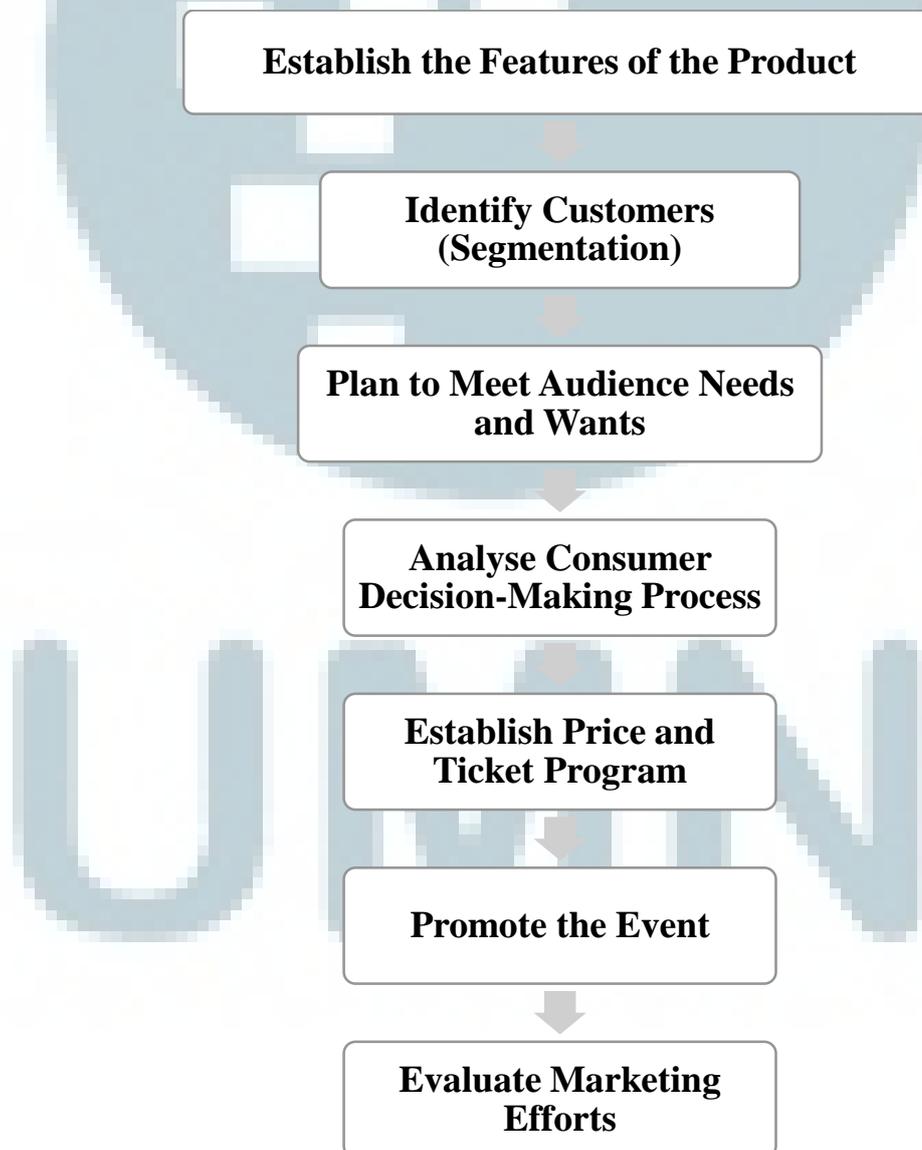
Beberapa perusahaan ada yang mengidentifikasi publiknya berdasarkan klasifikasi demografi, usia, ras, etnik, gender, dan gaya hidup. Tetapi, dalam hal ini tipologi penjabaran *key public* berdasarkan pada hubungan publik tersebut dengan perusahaannya. Dalam hal ini adalah *customers, producers, enablers, dan limiters*. Hal ini sesuai dengan tujuan dan implementasi dari *event* Hari Pelanggan Nasional 2015 untuk mengingatkan para perusahaan yang ada di Indonesia untuk terus memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggannya (*customers*).

3.8 Fokus Penelitian

Penelitian ini membahas tentang “Implementasi *Event Management Frontier Consulting Group* untuk membangun *awareness*” (Studi kasus

Hari Pelanggan Nasional 2015) yang menggunakan model perencanaan *event* dari Wagen (2007, h.92)

Terdapat enam tahapan di dalam model *event management* tersebut, yaitu : *establish the features of the product, identify customer (Segmentation), plan to meet audience needs, analyse consumer decision making processes, establish price and ticket program, promote the event, and evaluate marketing efforts.*



Gambar 3.2 Event Marketing Process

(Sumber : Event Management for Tourism, Cultural, Business and Sporting
Events, Lynn Van Der Wagen)

