



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

Seorang yang sedang mengadakan penelitian, secara sadar atau tidak akan memandang sebuah peristiwa dengan cara pandang tertentu. Di dalam pribadi tersebut sudah terbentuk satu perangkat kepercayaan yang didasarkan atas asumsi-asumsi tertentu, hal ini disebut sebuah paradigma. Menurut Bogdan dan Biklen dalam Ibrahim (2015, h. 9) paradigma merupakan kumpulan longgar dari sebuah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian. Adapun paradigma penelitian kualitatif diartikan sebagai cara pandang, kepercayaan, asumsi, konsep, proposisi, atau persepsi mengenai cara kerja penelitian yang bersifat naturalistik, dengan pendekatan subjektif, serta penilaian interpretif dan kontekstual. (Bogdan dan Biklen dalam Ibrahim, 2015, h. 10). Penelitian kualitatif berasumsi bahwa kenyataan dibangun secara sosial, karenanya bersifat kompleks, saling terkait, tidak bisa diukur secara matematis.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma post-positivist. Menurut Phillips dan Burbules (dikutip dalam Creswell, 2010, h. 9), paradigma post-positivis adalah paradigma yang mempresentasikan pemikiran *post-positivisme*, yang menentang gagasan tradisional tentang kebenaran absolut ilmu pengetahuan, dan mengetahui bahwa kita tidak bisa menjadi “orang yang yakin atau positif” pada klaim-klaim tentang pengetahuan ketika mengkaji perilaku dan tindakan sosial. Sedangkan Salim (2001, h. 40) menjelaskan post-positivisme

sebagai aliran yang ingin memperbaiki kelemahan- kelemahan *positivisme* yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Asumsi dasar yang mendasari paradigma penelitian post-positivisme dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun. Kita tidak akan pernah mendapatkan kebenaran absolut. Untuk itu bukti yang dibangun dalam penelitian seringkali lemah dan tidak sempurna. Karena itu, banyak peneliti berujar mereka tidak dapat membuktikan hipotesisnya, bahkan tidak jarang mereka gagal untuk menyangkal hipotesisnya.
- b. Penelitian merupakan proses membuat klaim- klaim kemudian menyaring sebagian klaim tersebut menjadi klaim- klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
- c. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis. Dalam praktiknya peneliti mengumpulkan informasi dengan menggunakan instrumen pengukuran tertentu yang diisi oleh partisipan atau dengan melakukan observasi mendalam di lokasi penelitian.
- d. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar, pernyataan yang dapat menjelaskan situasi yang sebenarnya atau mendeskripsikan relasi kausalitas dari suatu persoalan.
- e. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap obyektif. Para peneliti harus mengkaji kembali metode dan kesimpulan yang sekiranya mengandung bias, untuk itulah penelitian kualitatif dilakukan.

Creswell (dikutip dalam Ruslan, 2010, h. 35).

3.2. Jenis dan Sifat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kualitatif. Fraenkel dan Wallen dalam Suharsaputra (2012, h. 181) berpendapat bahwa penelitian kualitatif mengkaji hubungan, kegiatan, situasi, atau material. Penelitian kualitatif memberikan penekanan kuat pada deskripsi menyeluruh dalam menggambarkan rincian segala sesuatu yang terjadi pada suatu kegiatan atau situasi tertentu. Sedangkan menurut Strauss dan Corbin (Basrowi dan Suwandi, 2008, h. 1) penelitian kualitatif adalah penelitian yang menghasilkan penemuan- penemuan yang tidak dapat dicapai dengan menggunakan prosedur- prosedur statistik atau dengan cara kuantifikasi lainnya. Penelitian kualitatif dapat digunakan untuk meneliti kehidupan sosial atau hubungan kekerabatan.

Dengan mendalami arti kualitatif dari para ahli, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengkaji dan meneliti sebuah kegiatan dan kehidupan sosial. Penelitian kualitatif tidak dapat diukur dengan prosedur kuantitatif, seperti menggunakan data statistik, namun dalam penelitian kualitatif hasilnya banyak terpengaruh oleh refleksi pribadi, latar belakang sosial, pengetahuan, kreativitas, dan kemampuan personal seorang peneliti.

Penelitian kualitatif memiliki beberapa karakteristik, menurut Bogdan dan Biklen dalam Sugiyono (2012, h. 13). Karakteristik penelitian kualitatif adalah dilakukan pada kondisi yang alamiah, dalam arti penelitian dilakukan langsung ke sumber data dan peneliti adalah instrumen kunci. Berikutnya penelitian kualitatif bersifat deskriptif, artinya data yang terkumpul akan berbentuk kata- kata atau

gambar, sehingga tidak menekankan pada angka. Terakhir penelitian kualitatif menekankan pada proses dibanding produk analisis yang dilakukan secara induktif, dan lebih menekankan makna.

Sesuai dengan karakteristik penelitian kualitatif, peneliti menggunakan sifat penelitian deskriptif. Di mana sifat penelitian ini tidak memerlukan hipotesis dan menggambarkan fenomena secara apa adanya. Sifat penelitian deskriptif menggambarkan hanya yang kita lihat. Penelitian kualitatif menggunakan strategi naratif dan metode wawancara terbuka, yaitu peneliti berusaha menyelidiki suatu isu yang berhubungan dengan marginalisasi individu- individu tertentu (Creswell, 2009, h. 28). Penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta- fakta dan sifat- sifat populasi atau objek tertentu (Kriyantono, 2006, h. 69).

Pada penelitian deskriptif, data yang dikumpulkan berupa kata, gambar. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah diteliti. dengan demikian laporan penelitian akan berisi kutipan data untuk memberi gambaran penyiaran laporan. Data bisa berasal dari naskah wawancara, foto lapangan, catatan selama dilapangan, dokumen pribadi, video, catatan, memo, dan dokumen lainnya (Moleong, 2012, h. 11)

Dari beberapa penjelasan terkait sifat penelitian deskriptif, peneliti menyimpulkan bahwa penelitian deskriptif berupaya menggali berbagai informasi di lapangan berupa wawancara atau *in depth interview* dan observasi, kemudian peneliti berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa yang berasal dari fakta yang

terjadi di lapangan berupa naskah wawancara, foto, video, catatan atau memo, dan lain sebagainya.

3.3. Metode Penelitian

Metode penelitian dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara terencana, terstruktur, sistematis, dan memiliki tujuan tertentu baik praktis, maupun teoritis. (Semiawan, 2009, h. 5) Dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode studi kasus, di mana peneliti berusaha mencari jawaban dari pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa”. Peneliti memilih metode studi kasus karena penelitian yang dilakukan terfokus kepada suatu kasus tertentu untuk diamati dan dianalisis secara cermat sampai rumusan masalah terjawab. Mulyana (2013, h. 201) mendefinisikan studi kasus sebagai uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu, suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program, atau situasi sosial. Peneliti studi kasus berupaya menelaah sebanyak mungkin data mengenai subjek yang diteliti. Sedangkan menurut Kriyanto (2006, h. 65) studi kasus merupakan sebuah metode riset yang menggunakan berbagai sumber data, yang bisa digunakan untuk meneliti, menguraikan dan menjelaskan secara komprehensif berbagai aspek individu, kelompok, suatu program, organisasi atau peristiwa secara sistematis.

Adapun karakteristik metode studi kasus, dapat dijelaskan sebagai berikut: (Daymon & Holloway, 2008, h. 164)

1. Eksplorasi mendalam dan menyempit
2. Berfokus pada peristiwa nyata dalam konteks kehidupan sesungguhnya

3. Dibatasi oleh ruang dan waktu
4. Bisa hanya merupakan kilasan atau riset longitudinal tentang peristiwa yang sudah maupun yang sedang terjadi
5. Dari berbagai sumber informasi dan sudut pandang
6. Mendetail dan deskriptif
7. Pandangan menyeluruh, menyelidiki hubungan dan keterpautan
8. Fokus pada realitas yang diterima apa adanya, maupun realitas yang penting dan tidak biasa.
9. Bermanfaat untuk membangun, sekaligus menguji teori.

Peneliti menggunakan metode studi kasus dengan tujuan untuk menguraikan sebuah peristiwa secara jelas melalui data yang diperoleh. Adapun hal yang ingin digali dalam penelitian ini adalah strategi *brand activation* PT. Ezeelink Indonesia melalui program “*Ezee Experience*” dalam menciptakan *customer engagement*.

3.4. Key Informan dan Informan

Key informan dan informan merupakan komponen utama yang harus diperhatikan dalam sebuah penelitian kualitatif. Hal ini dikarenakan pendapat dari key informan dan informan digunakan sebagai sumber data utama yang akan dianalisis oleh peneliti. Seperti yang dikatakan oleh Lofland, sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan dari orang yang diamati atau diwawancara, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. (Lofland dalam Moleong, 2010, h. 157).

3.4.1. Key Informan

Key Informan menurut Moleong (2006, h. 3) adalah mereka yang tidak hanya bisa memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa memberi saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan. Dalam menentukan key informan, peneliti menggunakan teknik non-probabilitas dengan strategi penarikan sampel adalah purposif. Prosedur ini menentukan peserta yang akan menjadi key informan sesuai dengan kriteria terpilih, yang relevan dengan masalah penelitian tertentu.

Berdasarkan tujuan penelitian, yaitu untuk mengetahui strategi *brand activation* PT. Ezeelink Indonesia melalui program “*Ezee Experience*” dalam menciptakan *customer engagement*, maka beberapa kriteria yang dijadikan sebagai dasar dalam pemilihan key informan, yaitu:

1. *Marketing Communication team* sebagai pembuat konsep dan pelaksana program “*Ezee Experience*”
2. *Marketing General Manager* Ezeelink sebagai pembimbing dan pemantau program “*Ezee Experience*”

Melalui kriteria tersebut, peneliti telah menemukan key Informan yang sesuai dengan topik penelitian. Adapun key informan ini dipilih karena mereka memenuhi kriteria khusus yang telah ditetapkan oleh peneliti dan dinilai kredibel dalam memberikan informasi yang peneliti butuhkan. Berikut adalah key informan yang dipilih sesuai dengan penelitian:

1. Nana Sofyan (*Supervisor Marketing Communication* PT. Ezeelink) sebagai pembuat konsep dan pelaksana program “*Ezee Experience*”

Nana Sofyan menjabat sebagai *Supervisor Marketing Communication* Ezeelink Indonesia. Setelah lulus dari Universitas Esa Unggul pada tahun 2014, Fian memilih untuk melanjutkan karirnya di PT. Ezeelink Indonesia. Dimulai dari jabatan rendah, Fian menempati jabatan sebagai *Account Executive* pada tahun 2014. Dianggap memiliki kemampuan komunikasi yang baik Fian kemudian dipindahkan ke divisi *Marketing Communication*. Melihat adanya perkembangan kerja selama satu tahun, Fian mendapat promosi jabatan menjadi *Supervisor Marketing Communication*. Adapun masa jabatan kerjanya mulai periode 2015- sekarang.

2. Deviana Vierdwiyani (*General Manager* Marketing PT. Ezeelink Indonesia) sebagai pemantau dan pembimbing program “*Ezee Experience*”

Deviana Vierdwiyani menjabat sebagai *General Manager* Marketing PT. Ezeelink Indonesia. Devy mengenyam pendidikan akhir di Universitas Indonesia. Memilih untuk melanjutkan karirnya di Havas Worldwide Jakarta pada tahun 2013. Devy menjabat sebagai *Account Director*. Satu tahun bekerja sebagai *Account Director*, pada tahun 2014 beliau memilih untuk melanjutkan karir di PT. Ezeelink Indonesia. Memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi dan memimpin, Devy diberi kepercayaan untuk

menduduki posisi *General Manager* Marketing yang membawahi empat divisi di bawahnya, yang meliputi *Marketing Sales, Marketing Communication, Marketing Account & Programs, dan yang terakhir Merchant Relations.*

3.4.2. Informan

Informan menurut Moleong (2006, h. 132) adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian. Dalam menentukan informan, peneliti menggunakan teknik yang sama seperti halnya saat menentukan key informan, yakni teknik non-probabilitas. Adapun strategi penarikan sampel yang digunakan adalah purposif.

Kriteria yang dijadikan sebagai dasar dalam pemilihan informan, yaitu:

1. Komunitas (Partisipan ‘*Ezee Hangout*’)
2. Partisipan ‘*Ezee Treats*’
3. Merchant partner event ‘*Ezee Treats*’
4. Merchant partner event ‘*Ezee Hangout*’
5. Pakar Brand Activation

Melalui kriteria di atas, informan yang dipilih sesuai dengan penelitian dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Ulung Putra Sakti (Captiva Chevy Club ‘3C’) sebagai partisipan dalam event “*Ezee Hangout*”

Ulung Putra Sakti adalah salah satu koordinator dalam Captiva Chevy Club. Bermula dari kecintaan terhadap produk Chevrolet dengan seri Captiva, Ulung memutuskan untuk masuk ke dalam komunitas Captiva Chevy Club. Berkat keaktifannya dalam club pecinta mobil ini, Ulung ditunjuk untuk menjadi salah satu koordinator dalam Club.

Adapun latar belakang karir Ulung dapat dijelaskan sebagai berikut: Lulus dari SMA Santo Yosef, Jakarta, Ulung memilih untuk bekerja di bidang pertambangan minyak dan gas. Pencapaian terbesar Ulung hingga saat ini adalah berhasil menjabat sebagai Koordinator Seismik Perusahaan HSSE di Pertamina Hulu Energi Lepas Pantai Utara Jawa Barat.

Pemilihan Ulung sebagai key informan dianggap sesuai dengan kriteria, karena Ulung memiliki peran besar dalam Komunitas Captiva Chevy Club, yakni sebagai koordinator Club. Dengan mendapatkan key informan yang mengerti banyak tentang komunitasnya, diharapkan dapat memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik dalam membangun partnership dengan perusahaan.

2. Gabriel Neferet (*Food Blogger*) sebagai partisipan dalam event “Ezee Treats”

Gabriel Neferet adalah satu *food blogger* ternama di Indonesia. Karena kecintaannya dengan makanan ditambah dengan kemampuan

dalam memanfaatkan teknologi komunikasi, Gabriel sukses membangun karir menjadi seorang *food blogger*. Adapun media yang digunakan adalah media *online*. Blog, Instagram, Website, Zomato adalah beberapa media *online* yang dimanfaatkan Gabriel untuk melakukan review serta membuka diskusi produk tentang makanan.

Gabriel sendiri mendapat kesempatan untuk hadir kedalam event “*Ezee Treats*” sebagai *food blogger*. Tujuan diundangnya Gabriel adalah untuk melakukan ulasan terhadap *event* dan makanan yang disediakan dari Old Town White Coffee. Gabriel dianggap cocok oleh peneliti untuk menjadi *key informan* karena dianggap kredibel dan memiliki kemampuan untuk melakukan review event dengan baik.

3. Abi Stefanus (*Food Blogger*) sebagai partisipan dalam event “*Ezee Treats*”

Abi Stefanus adalah seorang *foodies* yang memfokuskan *review* makanan di area Tangerang Selatan. Pada tahun 2013 silam, Abi mengakhiri jenjang akhir pendidikannya di Universitas Multimedia Nusantara sebagai sarjana *design*. Dengan memanfaatkan bekal dari perkuliahan, Abi menggunakan kreatifitasnya untuk menjadi *content creator* serta *food photographer* dalam account Instagram pribadi miliknya. Diminati oleh banyak masyarakat, kini pengikut account @tangselfoodies milik Abi

mencapai 13.300 *followers*. Hampir mirip dengan Gabriel Neferet kesibukan sehari-hari Abi adalah melakukan review serta merekomendasikan lokasi atau tempat makan kepada audiencenya.

Abi juga mendapat undangan untuk mengadiri event “*Ezee Treats*” sebagai *food blogger*. Tujuan diundangnya Abi adalah untuk melakukan ulasan terhadap *event* dan makanan yang disediakan dari Old Town White Coffee. Abi dianggap cocok oleh peneliti untuk menjadi *key informan* karena dianggap memiliki kredibilitas dan mampu untuk menafsirkan serta mengulas serangkaian event dengan baik.

4. Eka Hermawan (Old Town White Coffee) sebagai partner dalam *event ‘Ezee Treats’*

Old Town White Coffee merupakan salah satu lokasi yang digunakan dalam pelaksanaan *event ‘Ezee Treats’*. Dilatarbelakangi oleh hubungan *partnership* PT. Ezeelink Indonesia dengan PT. Old Town Indonesia, penempatan Old Town White Coffee sebagai *venue event* dianggap sesuai dengan tujuan dilaksanakannya *event*. Adapun pihak yang bertanggung jawab dari pihak partner adalah Eka Hermawan. Eka menjabat sebagai *Event Coordinator* Old Town White Coffee.

Perjalanan karir Eka cukup panjang. Dimulai dari tahun 2003 hingga 2007 Eka bekerja sebagai *Event and Promotion* di JMC Enterprise. Kemudian pada tahun 2011 hingga tahun 2014 Eka

melanjutkan karir di bidang yang sama, yakni *Event and Promotion* di perusahaan Lippo Mall Indonesia. Selanjutnya karir yang ditempuh adalah menjabat sebagai *Event Specialist* di Pasific Place Jakarta selama 2 tahun (periode 2013- 2015). Hingga saat ini beliau menjabat sebagai *Event Coordinator* di PT. Old Town Indonesia.

Peneliti menganggap Eka berkualifikasi sebagai key informan karena kemampuan berkomunikasi yang baik serta pengalaman kerja di bidang *event management* yang relatif lama.

5. Quentin Harvardinata (Watt Coffee) sebagai partner dalam *event* ‘Ezee Hangout’

Lokasi pelaksanaan *event* yang selanjutnya adalah Watt Coffee, Kemang. Memiliki latar belakang yang sama, Watt Coffee juga menjalin hubungan kerja sama dengan Ezeelink Indonesia. Adapun pemilihan Watt Coffee sebagai *venue* “Ezee Hangout” karena dianggap lebih luas dan bersifat *private* dibandingkan dengan Old Town White Coffee yang cenderung berlokasi di dalam mall.

Pihak yang bertanggung jawab selama pelaksanaan event adalah Quentin Harvardinata. Mengikuti *passion*, Quentin meniti karirnya dibidang *food and baverage*. Dimulai dari ketertarikan terhadap cara membuat kopi, Quentin memilih untuk menjadi barista di Watt Coffee, Kemang. Menjalani satu tahun masa kerja, Quentin kemudian mendapat kenaikan pangkat menjadi *Manager* di Watt Coffee Kemang. Selain menjadi manager di Watt Coffee, ternyata

Quentin merangkap sebagai *food blogger*. Adapun media utama yang digunakan Quentin adalah Instagram dengan id: *@jakartainstafood*. Hingga saat ini followers Quentin di Instagram sebanyak 28900 pengikut.

6. Olyvia Yosephine (*Marketing Communication Supervisor* PT. Gilang Agung Persada: *Watches Brand*, CASIO) sebagai narasumber ahli *brand activation*

PT. Gilang Agung Persada merupakan salah satu perusahaan ritel terbesar di Indonesia yang memiliki segmentasi khusus pada gaya hidup. Selama kurang lebih 25 tahun bergerak dalam bidang ritel *fashion*, PT. Gilang Agung Persada mulai dipercaya oleh merek-merek global untuk menjadi distributor resminya. Adapun brand global yang dibawah oleh PT. Gilang Agung Persada dibagi menjadi tiga bagian divisi, meliputi:

1. *Fashion Lifestyle*: Guess, La Senza, Banana Republic, GAP, Superdry.
2. *Luxury*: Givenchy, Marc Jacobs, Celine, dan Bell & Ross (Watches)
3. *Timepieces (Watches)*: Guess, Gc, Victorinox Swiss Army, Roberto Cavali, Swarovski, Karen Millen, Bell & Ross, Kenzo, Welder, Rotary, Casio (G Shock, Baby G, Sheen-Edifice), Rado, Nautica, Ben Sherman, Superdry, Bering,

Citizen (Eco-Drive), Calvin Klein, Watchzone, dan Watchengine (Retail Store).

Guna melengkapi data penelitian, peneliti mendapat kesempatan untuk melakukan interview mendalam dengan salah satu bagian divisi *watches* dalam PT. Gilang Agung Persada yaitu Olyvia Yosephine. Adapun pihak yang diwakilkan berasal dari salah satu *brand* ternama yakni CASIO. Menyelesaikan pendidikan tinggi di salah satu Universitas komunikasi unggulan di Indonesia LSPR, Olyvia melanjutkan jenjang karir di bidang komunikasi. Dimulai dari tingkatan bawah sebagai *PR officer intern* di PT. Plaza Lifestyle Prima, Olyvia berhasil menjadi *official staff* di perusahaan tersebut sebagai *marketing communication officer*. Kemudian beliau melanjutkan karirnya di PT. Gilang Agung Persada sebagai *marketing communication staff*. Mengabdikan selama satu tahun di PT. Gilang Agung Persada, kini Olyvia Yosephine berhasil menjabat sebagai *supervisor marketing communication* di bagian *timepieces*.

Pemilihan PT. Gilang Agung Persada sebagai perusahaan pakar *brand activation* didasarkan pada eksistensi perusahaan selama puluhan tahun, serta keberhasilan perusahaan dalam membangun dan mengaktifkan kembali nama brand di benak masyarakat Indonesia.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Sebuah penelitian yang baik, seharusnya memiliki data yang lengkap dan memadai untuk diidentifikasi dan diteliti, sehingga penting untuk peneliti

menginput sumber data yang dibutuhkan dalam penelitian. Adapun definisi sumber data adalah penyedia informasi yang mendukung menjadi pusat perhatian peneliti. Menurut Lofland dalam Moleong (2012, h. 157) sumber data dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata dan tindakan, selebihnya adalah tambahan data seperti dokumen dan sebagainya

Untuk mengumpulkan sumber data tersebut, peneliti menggunakan teknik utama pengumpulan data, yakni *in depth interview*. Menurut Bungin (2007, h. 11) wawancara atau *in depth interview* adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil melakukan tatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial.

Selain menggunakan teknik *in depth interview* atau wawancara, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data yang lainnya, yakni observasi. Observasi menurut Kriyanto (2009, h. 108), adalah kegiatan yang kita lakukan dengan perlengkapan panca indra yang kita miliki, di mana kita sering mengamati objek- objek disekitar kita. Teknik observasi ini peneliti lakukan dengan mengamati objek- objek disekitar peneliti yang dianggap terkait dengan topik penelitian.

Guna melengkapi sumber data, peneliti juga menggunakan sumber data sekunder untuk menjadi bahan pelengkap dan dasar pembahasan dari penelitian. Adapun sumber data sekunder dapat diperoleh dari studi pustaka dan data artikel dari internet.

1. Studi Pustaka

Peneliti memperoleh data melalui kumpulan buku perpustakaan yang ada di Universitas Multimedia Nusantara serta beberapa buku bacaan di Gramedia, materi perkuliahan di kelas, skripsi dan makalah penelitian sejenis untuk memperoleh teori dan membandingkan dengan kenyataan di lapangan. Selain itu peneliti menggunakan sumber data dari internet sebagai materi tambahan. Data dari internet ini bisa berupa data dari web resmi perusahaan maupun data gambar atau beberapa referensi teori lainnya.

3.6. Keabsahan Data

Dalam sebuah penelitian, data yang diperoleh harus bisa dipertanggungjawabkan, maka peneliti menggunakan pengujian keabsahan data dengan teknik triangulasi data. Teknik triangulasi data digunakan dengan maksud data yang telah diperoleh diperiksa keabsahannya dengan memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk keperluan verifikasi atau pembanding dengan data yang diperoleh. Menurut Kriyanto (2012, h. 197) triangulasi bertujuan untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan, dan dengan menggunakan metode yang berbeda.

Teknik triangulasi data yang dapat digunakan untuk menilai sebuah data penelitian dapat dibagi ke dalam berbagai macam jenis (Kriyantono, 2012, h. 70 - 71), seperti:

1. Triangulasi Sumber

Triangulasi sumber dapat dilakukan dengan membandingkan informasi dari sumber yang berbeda. Misalnya dengan membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara.

2. Triangulasi Waktu

Triangulasi waktu dapat dilihat dari melihat perubahan suatu proses dan perilaku manusia. Hal ini didasari oleh prinsip dasar manusia yang dapat berubah setiap waktu. Oleh karena itu peneliti melakukan observasi tidak hanya sekali pengamatan.

3. Triangulasi Teori

Triangulasi teori dapat dilakukan dengan menggunakan dua atau lebih teori untuk dipadukan. Untuk itu diperlukan rancangan penelitian yang jelas, pengumpulan data dan analisis yang lengkap agar hasilnya memiliki korelasi yang baik.

4. Triangulasi Periset

Triangulasi periset dapat dijelaskan, ketika sebuah penelitian menggunakan lebih dari satu periset dalam mengadakan observasi atau wawancara. Hal ini dikarenakan tiap periset punya gaya yang berbeda dalam mengamati sebuah peristiwa, maka dilihat hasil pengamatannya pun akan berbeda, meski peristiwa yang diteliti sama.

5. Triangulasi Metode

Triangulasi metode dapat dilakukan dengan menggunakan lebih dari satu teknik pengumpulan data untuk mendapatkan kelengkapan data yang diinginkan.

Dari berbagai macam jenis teknik triangulasi data, peneliti menggunakan teknik triangulasi sumber, di mana peneliti memilih untuk membandingkan atau mengecek ulang derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda. Salah satu praktik triangulasi sumber yang dilakukan peneliti adalah dengan membandingkan hasil pengamatan dengan wawancara, membandingkan fakta dengan data yang diperoleh dari hasil penelitian. Dengan ini peneliti meyakini data dan informasi yang diperoleh dapat dipertanggung jawabkan dan memenuhi keabsahan data.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, peneliti menganalisis dengan menggunakan model teknik analisis data milik Miles dan Huberman. Miles dan Huberman menyebutkan analisis data kualitatif dapat dilakukan dengan membagi kedalam tiga macam kegiatan, yakni reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Analisis data ini dilakukan sebelum tahap pengumpulan data, persisnya pada saat menentukan rancangan dan perencanaan penelitian. (Emzir, 2010, h. 129- 135).

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan sebuah proses pemilihan, pemusatan perhatian, penyederhanaan abstraksi, dan pentransformasian data yang ada dalam catatan- catatan lapangan tertulis. Reduksi data juga merupakan suatu bentuk analisis yang mempertajam, memilih, memfokuskan, membuang dan menyusun data dalam suatu cara di mana kesimpulan akhir dapat digambarkan dan diverifikasikan

2. Penyajian Data

Langkah kedua yang dilakukan dari kegiatan analisis data adalah penyajian data. *Model display*/ penyajian data merupakan suatu kumpulan informasi yang dapat mendeskripsikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Model ini terdiri dari berapa jenis, seperti matrix, grafik, jaringan kerja, dan bagan dengan tujuan untuk merakit informasi yang tersusun dalam suatu lokasi yang mudah diakses secara langsung, dengan bentuk yang praktis, sehingga peneliti dapat melihat apa yang terjadi dan dapat dengan baik menggambarkan kesimpulan untuk dapat bergerak ke analisis tahap berikutnya.

3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi

Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan penetapan makna dari data yang tersaji. Dari awal pengumpulan data, peneliti mulai memutuskan apakah makna dari penelitian, mencatat keteraturan pola- pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab- akibat dan proposisi membentuk sebuah kesimpulan awal bersifat sementara dan dapat berubah. kesimpulan yang ditarik dalam penelitian berupa deskripsi atau gambaran suatu objek. Singkatnya ketika data telah dirangkum, dikelompokkan, diseleksi, dan saling dihubungkan, kita dapat melakukan proses transformasi data.

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A