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.

Team project ©2017
Dony Pratidana S. Hum | Bima Agus Setyawan S. IIP

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Pada hakikatnya, suatu penelitian merupakan upaya dalam menemukan suatu kebenaran melalui model-model tertentu yang biasanya dikenal dengan paradigma. Dalam buku Moleong, paradigma menurut Bodgan dan Biklen (2017, p.49) adalah kumpulan dari beberapa asumsi dan merupakan konsep atau proposisi yang mengarahkan cara berpikir dan mengarahkan penelitian. Dalam buku Moleong, Kuhn (2017, p.49) mengatakan, "Paradigma atau penelitian ilmiah" merupakan penelitian yang pelaksanaannya didasarkan pada paradigma bersama dan berkomitmen untuk menggunakan aturan dan standar praktik ilmiah yang sama dan paradigma tersebut didefinisikan oleh Harmon sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai, dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas. Paradigma dari penelitian ini adalah paradigma *post-positivism*. Sesuai dengan pernyataan Sugiyono (2016, p.1), bahwa dalam paradigma *post-positivism* ini menjadikan realitas sosial dipandang sebagai sesuatu yang holistik/utuh, kompleks, dinamis, dan penuh makna.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

3.2 Jenis dan Sifat penelitian

Pada penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Moleong (2017, p.6), adalah penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lainnya, secara holistik, dan mendeskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah. Pada intinya, Sugiyono (2016, p.1) mengatakan, bahwa metode penelitian kualitatif adalah

"metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, (lawan dari eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara trianggulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi".

Dalam buku Salam, Maykut dan Morehouse (2011, p.29) mengatakan, terdapat beberapa ciri umum atau karakteristik penelitian kualitatif yang dijabarkan yakni :

a) *An exploratory and descriptive focus*. Penelitian kualitatif untuk menganalisis tentang fenomena sosial dan mengembangkan *focus of inquiry* yang bersifat umum, lalu menemukan apa yang harus diketahui dengan mengembangkan pertanyaan-pertanyaan deskriptif, menggunakan kata "bagaimana".

b) *Emergent Design*; yakni desain penelitian dikembangkan selama melaksanakan penelitian. Fase awal pengumpulan data, peneliti dapat menanyakan pertanyaan dan mengeksplorasi segala sesuatunya yang menjadi awal penelitian, lalu setelahnya mengulas kembali dari sisi yang berbeda, menelusuri dokumen yang tidak penting, dan sebagainya. Hal ini dapat memperluas atau mempersempit cakupan penelitian, sehingga desain penelitiannya dapat dimodifikasi.

c) *A purposive sample*. Dalam penelitian kualitatif, harus memilih partisipan dengan hati-hati. Setiap partisipan yang dipilihdiharapkan akan memperluas variabilitas sampel dan mampu menjawab semua pertanyaan.

d) *Data Collection in the natural setting*. *Natural setting* adalah tempat dimana peneliti dapat menemukan atau tidak menemukan sesuatu atau jawaban dari fenomena yang sedang diteliti.

e) *Emphassion' human-as-instrument'*. Dalam studi kualitatif, peneliti memegang peran kunci dalam proses penelitian. Peneliti bertanggungjawab dalam pengumpulan data yang relevan dan menerjemahkan arti dari data.

f) *Qualitative Methods of data collection*. Data hasil penelitian kualitatif pada umumnya lebih banyak dalam bentuk perkataan dan tindakan informan, sehingga membutuhkan cara agar peneliti memahami bahasa dan perilaku mereka. Metode yang paling banyak digunakan

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

adalah observasi partisipan, *in-depth interview*, *group interview*, pengumpulan data dari dokumen relevan dalam bentuk catatan lapangan dan hasil rekaman *audio-taped interview*, yang kemudian ditranskripsikan untuk analisis data.

g) *A case study approach to reporting research outcomes*. Hasil penelitian biasanya disajikan dalam narasi yang tebal atau panjang dan disajikan dalam bentuk studi kasus. Jumlah kasusnya bervariasi dari satu hingga beberapa.

Moleong (2017, p.7) memaparkan fungsi dan pemanfaatan penelitian kualitatif sebagai berikut :

1. Upaya pemahaman penelitian perilaku dan penelitian motivasional.
2. Untuk penelitian konsultatif.
3. Memahami isu-isu rumit sesuatu proses.
4. Meneliti latar belakang fenomena yang tidak dapat diteliti melalui penelitian kuantitatif.
5. Digunakan untuk lebih dapat memahami setiap fenomena yang sampai sekarang belum banyak diketahui.
6. Digunakan penulis untuk meneliti sesuatu secara mendalam.
7. Digunakan peneliti yang berkeinginan umtuk menggunakan hal-hal yang belum banyak diketahui ilmu pengetahuan.

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

8. Dimanfaatkan oleh peneliti yang ingin meneliti sesuatu dari segi prosesnya.

Penelitian kualitatif ini memiliki ciri deskriptif yang berisi kutipan-kutipan data untuk menjelaskan laporan dan data, yang berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2017, p.11). Maka dari itu, peneliti menggunakan jenis penelitian karena untuk menganalisis lebih mendalam mengenai strategi *Marketing Public Relations* dalam mengomunikasikan aktivitas *rebranding* PT. *Go Online Destinations* (Pegipegi) dengan perolehan data secara langsung oleh pihak yang bersangkutan.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Salam, peneliti kualitatif mengkaji suatu masalah yang bertujuan memberi makna (menginterpretasi suatu fenomena) yang diletakkan orang pada fenomena yang sedang dikaji (Salam, 2011, p.27). Dalam buku Salam, Creswell (2011, p.27) mengatakan,

"penelitian kualitatif melibatkan penggunaan kajian dan kumpulan aneka ragam pengalaman empirik melalui studi kasus, pengalaman pribadi, introspeksi, riwayat hidup, interview, observasi, sejarah, interaksi dan teks-teks visual, yang mendskripsikan peristiwa rutin dan momen-momen yang bersifat problematik serta makna kehidupan individu.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode studi kasus. Menurut Bungin (2011, p.132), membuat laporan dengan menggunakan metode studi kasus harus dibuat dalam bentuk deskriptif yang semenarik mungkin, sehingga pembaca memahami dan merasa menjadi seperti peneliti dalam penelitian ini hingga mampu menemukan kesimpulan dari kasus ini. Bungin (2011, p.132) juga menjelaskan bahwa, ada tiga langkah dalam menggunakan studi kasus, yakni pegumpulan data, analisis, dan menulis.

Model analisis studi kasus menurut Bungin (2011, p.237) adalah :

1. Menemukan domain-domain analisis.
2. Domain analisis dipetakan sebagai domain tunggal atau domain ganda.
3. Apabila domain tunggal, maka studi kasus dapat dilakukan dengan mendeskripsikan domain tersebut berdasarkan fenomena vertikal (seperti sejarah, perkembangan fenomena, dan lainnya), maupun berdasarkan fenomena horizontal (dinamika dan perubahan fenomena).
4. Apabila domain ganda, maka studi kasus dapat dilakukan selain menjelaskan fenomena tunggal, juga menjelaskan hubungan-hubungan antar domain.

Dalam analisis data ini, peneliti diberi kebebasan dalam menentukan atau membuat struktur tulisan berdasarkan domain yang dikaji serta keinginan perihal domain mana yang lebih dikembangkan.

Studi kasus juga memiliki enam tipe menurut Bodgan dan Biklen (2011, dikutip dalam Bungin, p.238-p.239) yaitu :

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

a) Studi kasus kesejarahan sebuah organisasi

Domain dalam jenis ini ialah pemusatan perhatian dalam perjalanan dan perkembangan sejarah organisasi dalam jangka waktu tertentu. Dalam penelitian ini memang studi kasus yang diangkat adalah berupa perkembangan suatu organisasi atau perusahaan pada saat waktu tertentu, yaitu Pegipegi.

b) Studi kasus observasi

Menggunakan observasi dalam penelitian untuk menjaring informasi empiris yang detail dan aktual.

c) Studi kasus *Life history*

Jenis ini menjelaskan mengenai perjalanan hidup seseorang dengan tahap-tahap, dinamika, dan lika-liku kehidupan seseorang. Dalam studi kasus ini bertumpu pada dokumen-dokumen serta melakukan wawancara. Dalam penelitian "Strategi MPR dalam mengomunikasikan aktivitas *rebranding* pegipegi" ini, menggunakan pendekatan seperti studi kasus *Life History*. Meskipun pada umumnya studi kasus *life history* ini menganalisis kasus individu, namun dapat dilakukan pada komunitas atau lingkup yang lebih luas (Bungin,2011, p.241).

d) Studi kasus komunitas sosial atau kemasyarakatan

Penelitian ini melihat sisi unik dari lingkungan sosial namun memiliki makna.

e) Studi kasus analisis situasional

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

Dalam kehidupan sosial tentu selalu mengalami perubahan dan hal ini menarik untuk dibahas dan dijelaskan untuk menggambarkan sebuah situasi sosial yang sudah atau tengah belangsung.

f) Studi kasus mikroetnografi

Studi kasus ini mengenai kehidupan suatu komunitas sosial terkecil atau seorang individu.

Dalam Bungin, Sevilla, dkk (2011, p.239) mengatakan, bahwa studi kasus merupakan penelitian yang bersifat deskriptif dan Yin juga mengatakan bahwa ada tiga jenis tipologi studi kasus, yakni studi kasus ekplanatoris, eksploratoris, dan deskriptif dengan jenis pertanyaannya berupa *how* (bagaimana), *why* (mengapa), dan *what* (apa/apakah). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi kasus yang dikemukakan oleh Yin. Dalam buku Bungin, Yin (2011,p.240) mengatakan bahwa studi kasus memiliki lima komponen penting, yaitu :

1. Pertanyaan-pertanyaan penelitian
2. Proporsi penelitian yang memberi isyarat kepada peneliti mengenai sesuatu yang harus diteliti.
3. Unit-unit analisis penelitian yang harus ditentukan terlebih dahulu.
4. Logika yang mengaitkan data dengan proposisi.
5. Kriteria untuk menginterpretasikan temuan.

Komponen pertama hingga ketiga merupakan cara peneliti dalam mengumpulkan data dan komponen keempat hingga kelima merupakan langkah-langkah dalam menganalisis data. Hal lain yang harus diperhatikan yaitu dalam mendesain penelitian studi kasus. Desain penelitian terdapat dua jenis menurut Yin

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

(Bungin,2010,p.240), yaitu desain penelitian studi kasus-tunggal dan multikasus. Dalam penelitian ini, jenis studi kasusnya adalah studi kasus-tunggal. Terdapat tiga macam rasionalitas studi kasus-tunggal yang harus diperhatikan, yaitu (Bungin, 2010, p.240) :

a) Suatu rasional muncul ketika kasus itu tampak sebagai kasus yang penting dan relevan untuk menguji suatu teori yang sebelumnya adalah suatu perspektif.
b) Kasus merefleksikan sesuatu yang ekstrem atau unik sehingga bermanfaat dan menarik untuk ditelusuri.
c) Suatu kasus yang dapat dikatakan sebagai kasus penyingkapan, berkesempatan masuk ke dalam ranah sosial atau fenomena yang kurang diizinkan untuk diteliti secara alamiah.

Studi kasus mempunyai kelebihan menurut Alwasilah (2015, p.82-p.83) yakni:

a) Peneliti dapat fokus pada hal yang rumit dari situasi sosial yang kompleks.
b) Peneliti bisa menjelaskan hubungan sosial antar-pihak yang tidak bisa dijelaskan melalui survey. Hal ini dikarenakan pendekatannya holistik sedangkan survei melihat persoalan secara terisolasi.
c) Peneliti bisa menggunakan berbagai cara (*multiple methods*) untuk mendapatkan realitas yang kompleks yang sedang diteliti.

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

d) Perolehan data dengan studi kasus bisa diperoleh dengan berbagai cara dan berbagai sumber data (multiple source of data) yaitu *triangulation*.
e) Studi kasus layak untuk meneliti fenomena yang diteliti terjadi secara alamiah dan peneliti tidak memiliki kewajiban melakukan kontrol untuk merubah keadaan.
f) Studi kasus cocok untuk penelitian skala kecil tetapi memungkinkan peneliti untuk berkosentrasi pada satu kasus topik penelitian sehingga pemahamannya mendalam.
g) Studi kasus bisa dipakai untuk mengetes teori (*theory testing*) dan membangun teori (*teory building*).

Dengan kelebihan dari studi kasus tersebut, maka penelitian ini, berasal dari kasus yang diangkat menjadi sebuah studi yaitu Strategi *Marketing Public Relations* dalam mengomunikasikan aktivitas *Rebranding* PT. *Go Online Destinations* (Pegipegi).

3.4 Key Informan dan Informan

Dalam penelitian kualitatif, terdapat key informan (informan kunci) dan informan. Informan kunci merupakan sumber data yang sangat mengetahui atau berperan banyak dalam menangani permasalahan terkait penelitian sehingga dapat memberikan informasi secara lengkap dan sangat menjawab pertanyaan dari penelitian ini. Menurut Daymon (2008, p.31), informan kunci adalah wakil

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

kelompok yang diteliti yang telah berada cukup lama dalam kebudayaannya, hingga memiliki pengetahuan setingkat pakar menyangkut aturan-aturan, kebiasaan, dan bahasa kebudayaan dan informan merupakan seseorang yang ambil bagian dalam sebuah riset (Daymon, 2008, p.431).

Menurut Bungin (2011, p.78), ada tiga cara dalam memperoleh informan penelitian, yakni :

1. Prosedur Purposif

Dalam hal ini, penulis menentukan kelompok informan yang sesuai dengan kriteria dan relevan dengan masalah penelitian. Hal tersebut dinamakan key informan yang sangat menguasai informasi dan terlibat dalam proses terkait dengan tujuan penelitian.

2. Prosedur Kuota

Peneliti memutuskan berapa orang yang dijadikan sebagai informan, namun memiliki ketentuan karakteristik seperti usia, tempat tinggal, jenis kelamin, profesi, dan sebagainya. Hal ini memungkinkan untuk memperoleh informan yang tepat dan mungkin paling berpengalaman dan memiliki wawasan terkait topik penelitian.

3. Prosedur *Snowball*

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

Informan disini diperoleh dari orang pertama yang terhubung dengan penelitu dan ada kalanya ketika informan tersebut tidak bisa ditemui dengan suatu alasan, lalu informan pertama ini mengarahkan dan memperkenalkan ke informan lain untuk melanjutkan tugasnya. Namun, disini peneliti juga harus memverifikasi kelayakan setiap informan dan memastikan informasi tersebut akurat.

Sebaiknya informan atau sumber penelitian memiliki kriteria sebagai berikut (Sugiyono,2016, p.57), yaitu :

a) Informan menguasai segala sesuatu yang terkait dengan penelitian termasuk dari segala proses yang dilakukan dalam perusahaan.
b) Informan tersebut masih terlibat dalam kegiatan yang sesuai dengan penelitian.
c) Informan memiliki waktu untuk memberikan infomasi secara rinci.
d) Informan tidak menyampaikan informasi berdasarkan pemikirannya sendiri.
e) Informan tersebut awalnya terlihat tertutup, namun bisa menjadi lebih ramah dan dekat sebagai narasumber.

Berikut gambaran umum mengenai informan kunci dan informan :

Tabel 3.1

Informan kunci dan Informan

NO.	Nama	Keterangan
1	Devi Agustina (Informan kunci)	Public Relations & Media Specialist – Pegipegi
2	Setio Priyono	Founder&Managing Partner-Smartspin Public Relations

Key Infoman

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

Nama : Devi Agustina

Pendidikan : S1- Public Relations di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pengalaman kerja :

1. Mei 2014-Agustus 2014 CSR Intern di PT. Energi Mega Persada Tbk
2. Sept 2014-Desember 2014 Merchant Acquisition and Management Limestine
3. Januari 2015-Agustus 2016 PR Account Excutive P&M Communications
4. September 2016-saat ini PR&Media Officer PT. Go Oline Destinations (Pegipegi)

Informan

Nama : Setio Priyono

Pendidikan : S1 – Accounting Universitas Tarumanegara

S2 – Communication, Strategic Public Relations

Pengalaman Kerja :

1. Januari 2005-Januari 2009 Marketing Manager PT. Pacific RI

2. Mei 2010-September 2014 Partner Power PR

3. Oktober 2014- saat ini Founder and Managing Partner Smartspin PR

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

Teknik pengumpulan data menurut Sugiyono (2016, p.62) merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Dalam buku Moleong, Lofland dan Lofland (2017, p.157) mengatakan bahwa sumber data utama dalam penelitian kualitatif adalah kata-kata, dan tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen dan lainnya.

Dalam pengumpulan data penelitian, dapat diperoleh dari sumber data primer dan sumber data sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data, melainkan melalui orang lain atau melalui dokumen (Sugiyono, 2016, p.62). Cara atau teknik pengumpulan data penelitian, sebagaian besar dilakukan dengan observasi (pengamatan), interview (wawancara), kuesioner (angket), dokumentasi, dan gabungan keempatnya (Sugiyono, 2016, p.63).

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

a) Data Primer

Berdasarkan penjabaran diatas, maka data primer ini diperoleh melalui wawancara. Dalam buku Sugiyono, Esterberg (2016, p.72) mengatakan, bahwa wawancara merupakan pertemuan antar dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya-jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

topic. Maka, dalam buku Sugiyono, Stainback (2016, p.72) menegaskan, bahwa dengan wawancara, peneliti akan mengetahui hal-hal yang lebih mendalam tentang partisipan dalam menginterpretasikan situasi dan fenomena yang terjadi, di mana hal ini tidak bisa diperoleh melalui observasi. Namun, biasanya dalam penelitian kualitatif, sering melakukan wawancara mendalam dan observasi partisipatif secara bersamaan.

Wawancara mendalam menurut Bungin (2011, p.111) adalah proses memperoleh informasi dengan cara tanya-jawab secara langsung atau bertatap muka tanpa menggunakan pedoman wawancara dan informan menjadi sentral. Dalam hal ini, peneliti harus memastikan bahwa sumber informasi (informan) mengetahui dan mampu menjawab masalah dan tujuan penelitian, serta peneliti juga harus memiliki informasi yang cukup seputar perusahaan agar wawancara dapat berjalan dengan baik dan matang.

b) Data Sekunder

Dokumen menurut Sugiyono (2016, p.82) merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu dan dikemas dalam bentuk tulisan (biografi, kebijakan), gambar (foto, gambar hidup), karya (karya seni, film, dan lainnya). Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan berbagai macam data kepustakaan (dokumen) yang berkenaan dengan *marketing public relation* dalam mendukung proses *re-*

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

branding yang dikemas dalam bentuk tulisan seperti artikel-artikel yang disertai dengan keterangan gambar ataupun video.

Kesimpulannya, penelitian ini memperoleh data primer melalui wawancara dan data sekunder yang diperoleh melalui dokumentasi maupun catatan lainnya untuk mendapatkan informasi secara lebih mendalam mengenai *Strategi Marketing Public Relations* dalam mengomunikasikan aktivitas *Rebranding* PT. *Go Online Destinations* (Pegipegi).

3.6 Keabsahan Data

Dalam buku Moleong, Egon Guba (2017, p.321), mengatakan keabsahan data merupakan konsep penting yang diperbaharui dari konsep kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas) menurut versi 'positivisme' dan disesuaikan dengan tuntutan pengetahuan, kriteria, dan paradigmanya sendiri. Moleong (2017, p.320) mengatakan keabsahan data tersebut harus memenuhi :

1. Mendemonstrasikan nilai yang benar.
2. Menyediakan dasar agar hal itu dapat diterapkan.
3. Memperbolehkan keputusan luar yang dapat dibuat tentang konsistensi dari prosedurnya dan kenetralan dari temuan dan keputusan-keputusannya.

Dalam menetapkan keabsahan data, maka diperlukan teknik pemeriksaan. Pelaksanaan teknik pemeriksaan tersebut didasarkan atas empat kriteria menurut Moleong (2017, p.324), yakni derajat kepercayaan (*credibility*), keteralihan (*transferability*), kebergantungan (*dependability*), dan kepastian (*confirmability*).

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

Menurut Moleong (2017, p.330), triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dan teknik triangulasi yang paling banyak digunakan menurut Moleong ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Dalam buku Moleong, Patton (2017, p.331) mengatakan, triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif.

Triangulasi dengan sumber dapat dicapai dengan lima cara menurut Moleong (2017, p.331), yakni :

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 menegah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan, dan lainnya.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi sumber menurut Patton, karena mengaitkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara, orang-orang di sekitar lingkungan, orang yang ahli dalam bidang MPR, lalu mengaitkan dengan sumber dokumen yang berkaitan. Sugiyono (2016, p.127) mengatakan bahwa, triangulasi sumber yang melakukan perbandingan tidak bisa dirata-ratakan, melainkan dideskripsikan, dikategorisasikan, mana pandangan yang sama, yang berbeda, dan yang paling spesifik sehingga menghasilkan suatu kesimpulan.

Strategi Marketing Public..., Delima Frisa Meilany, FIKOM UMN, 2018

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam buku Baswori & Suwandi, terkait dengan teknik analisis data, peneliti akan melalui tiga tahap dengan menggunakan model Miles dan Huberman (2008,p.209), yaitu :

1. Melakukan reduksi data, yang merupakan proses pemilihan, pemfokusan, serta merubah data kasar dari lapangan dan proses tersebut berlangsung selama penelitian dilakukan. Peneliti membuat ringkasan, kode, mencari tema-tema yang berfungsi untuk menggolongkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi agar dapat menarik kesimpulan. Proses reduksi ini merupakan bagian dari analisis.
2. Langkah kedua adalah penyajian data yang berupa sekumpulan informasi dan memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan. Peneliti melakukan penyajian data secara sistematik dan data diklasifikasi berdasarkan tema-tema inti.
3. Tahap terakhir yang peneliti lakukan adalah membuat penarikan atau verifikasi kesimpulan. Peneliti membuat rumusan proposisi yang terkait dengan prinsip logika, mengangkatnya sebagai temuan penelitian, lalu mengkaji secara berulang-ulang terhadap data yang ada, lalu melaporkan hasil penelitian secara lengkap, dengan "temuan baru" yang berbeda dari temuan yang sudah ada.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA