



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

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan kualitatif yaitu data yang terbentuk uraian kata-kata yang dikumpulkan dengan berbagai macam cara (observasi, wawancara, dan dokumentasi) dan biasanya diproses sebelum siap digunakan melalui pencacatan penyuntingan tetapi tetap menggunakan kata-kata yang biasanya disusun ke dalam teks yang diperluas (Milles dan Huberman, 2009).

Turner (2008:77) mendefinisikan metode kualitatif tidak tergantung pada analisis statistik untuk mendukung sebuah interpretasi tetapi lebih mengarahkan peneliti untuk membuat sebuah pernyataan retorik atau argument yang masuk akal mengenai temuannya.

Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti merupakan bagian internal dari data. Dimana peneliti terlibat dalam langsung saat penelitian. Karena itu riset ini menjadi subjektif dan hasilnya lebih kasustik (Kriyantono, 2009: 56).

Kriyantono (2009: 57) menjabarkan ciri-ciri metode kualitatif sebagai berikut:

- Intensif, partisipasi periset dalam waktu lama pada setting lapangan, periset adalah instrumen pokok riset
- Perekaman yang sangat hati-hati terhadap apa yang terjadi dengan catatan – catatan di lapangan dan tipe-tipe lain dari bukti-bukti dokumenter
- Analisis data lapangan
- Melaporkan hasil termasuk deskripsi detail, *quotes* (kutipan-kutipan) dan komentar-komentar
- Tidak ada realitas yang tunggal, setiap periset mengkreasi realitas sebagai bagian dari proses risetnya. Realitas dipandang sebagai dinamis dan produk konstruksi sosial
- Subjektif dan berada hanya dalam referensi periset. Periset sebagai sarana penggalian interpretasi data
- Realitas adalah holistik dan tidak dapat dipilah-pilah
- Periset memproduksi penjelasan unik tentang situasi yang terjadi dan individu-individunya

- Lebih pada kedalamannya (depth) daripada keluasan (breadth)
- Prosedur riset: empiris-rasional dan tidak terstruktur
- Hubungan antara teori, konsep dan data: data memunculkan atau membentuk teori baru

Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif, yaitu dengan menggali informasi melalui wawancara mendalam dengan pihak Indovision mengenai aktivitas komunikasi dalam membangun hubungan dengan *customer* yang dilakukan melalui Twitter.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif. Kriyantono (2009:67) mengemukakan tujuan dari jenis penelitian deskriptif adalah membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar, dan bukan angka-angka, berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, memo, dan dokumen resmi lainnya. (Endraswara, 2006:91).

Dalam penelitian ini, penulis ingin mendeskripsikan secara mendalam aktivitas komunikasi apa saja yang terjadi kepada pelanggan Indovision secara sistematis tanpa membuat atau memunculkan hipotesa dari penelitian ini. Dengan didukung fakta-fakta yang didapat dengan teknik pengumpulan data tertentu di lapangan.

3.3 Paradigma Penelitian

Paradigma menurut Harmon yang dikutip oleh Moleong (2006) paradigma dianggap sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas.

Menurut Guba, paradigma merupakan serangkaian keyakinan dasar yang membimbing tindakan. Suatu paradigma meliputi tiga elemen yaitu : epistemologi, ontologi, dan metodologi. Epistemologi mengajukan pertanyaan, bagaimana kita mengetahui dunia? Hubungan apa yang muncul antara peneliti dengan yang diketahui? Sementara Ontologi memunculkan pertanyaan dasar tentang hakikat realitas dan Metodologi memfokuskan diri pada cara kita meraih pengetahuan dunia (Denzin Lincoln, 2009: 123).

Epistemologi: Dualis/Objektivitas yang dimodifikasi. Dualisme sudah banyak ditinggalkan karena tidak mungkin lagi untuk dipertahankan, sedangkan objektivitas tetap menjadi “cita-cita pemandu”; penekanan khusus diberikan pada “panduan” eksternal objektivitas seperti tradisi-tradisi kritis. Hasil penelitian yang dapat diulang besar kemungkinan benar.

Ontologi: Realitas diasumsikan ada, namun tidak bisa dipahami secara sempurna karena pada dasarnya mekanisme intelektual manusia memiliki kekurangan sedangkan fenomena itu sendiri secara fundamental memiliki sifat yang tak mudah diatur.

Metodologi: Penekanan diberikan pada “keragaman kritis” sebagai satu cara untuk memfalsifikasi hipotesis. Metodologinya bertujuan untuk memecahkan dengan melakukan penelitian dalam setting yang lebih alami, mengumpulkan informasi yang lebih situasional, dan mengenalkan kembali penemuan sebagai satu elemen dalam penelitian (2009: 136).

Sedangkan menurut Capra, paradigma merupakan konstelasi konsep, nilai-nilai persepsi, dan praktek yang dialami bersama oleh masyarakat, yang membentuk visi khusus tentang realitas sebagai dasar tentang cara mengorganisasikan dirinya (Moleong, 2006:49).

Penulis memilih paradigma post-positivisme sebagai dasar dari penelitian ini. Menurut Denzin dan Lincoln paradigma post-positivisme mengasumsikan bahwa realitas ada namun tidak bisa dipahami secara sempurna karena pada dasarnya mekanisme intelektual manusia memiliki kekurangan sedangkan fenomena itu sendiri secara fundamental memiliki sifat yang tak mudah diatur. Elemen Metodologi dalam paradigma ini bertujuan untuk memecahkan persoalan yang dipaparkan di muka (di awal) dengan melakukan penelitian dalam setting yang lebih alami, mengumpulkan informasi yang lebih situasional dan mengenalkan kembali penemuan sebagai satu elemen dalam penelitian.

3.4 Metode Penelitian

Pada penelitian “*Aktivitas Public Relations Dalam Membangun Hubungan Dengan Pelanggan Melalui Twitter (Studi Kasus: @Indovision_TV)*” ini, peneliti menggunakan studi kasus.

Menurut Denzin dan Lincoln (2009:299-304) Studi kasus adalah suatu metode penelitian yang meneliti suatu kasus secara spesifik dan maksimal (bukan sekedar generalisasi). Jadi, dari sebuah permasalahan besar, lebih difokuskan kepada satu kasus yang akan diteliti. Kasus merupakan sebuah sistem yang padu, tidak bisa diutak-atik, kaku, dan terus beroperasi. Studi kasus berkonsentrasi pada penelitian terkait isu dan menginterpretasikan data terpola menjadi bentuk pernyataan sikap.

Tujuan studi kasus adalah meningkatkan pengetahuan mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi kontemporer yang nyata. Riset studi kasus memungkinkan peneliti mengumpulkan informasi yang detail dan “kaya”, mencakup dimensi-dimensi kasus tertentu atau beberapa kasus kecil (Daymon, 2002: 162 -164)

Studi Kasus memiliki karakteristik sebagai berikut :

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.

Dalam studi kasus, ada tiga jenis kajian yaitu studi kasus intrinsik, studi kasus instrumental dan studi kasus kolektif. Studi kasus intrinsik yaitu saat peneliti menaruh minat lebih atau ketertarikan satu kasus tertentu dari kasus yang sedang ditelitinya. Untuk sementara, peneliti tersebut mengabaikan rasa penasaran yang lain agar kasus yang lainnya tersebut dapat memunculkan kisah uniknya sendiri. Tujuannya, bukan untuk merumuskan suatu teori baru tapi menampilkan daya tarik yang unik dari kasus itu.

Menurut Campbell dalam Denzin dan Lincoln (2009:303), studi kasus dapat dipahami sebagai suatu langkah kecil menuju proses generalisasi besar. Namun perlu diingat bahwa tidak semua aspek suatu kasus dapat dipahami.

Kembali lagi bahwa penelitian kualitatif merupakan penelitian dimana kebenaran bersifat subyektif dan milik peneliti. Studi kasus bergantung pada sejauh mana nilai penting dari isu-isu bagi peneliti, sehingga menimbulkan kontak pribadi antar peneliti dengan fenomenanya.

Pada saat menginterpretasi, banyak peneliti yang mengembangkan tulisannya sehingga muatan suatu kasus tergantung dari gaya penulisan dan ide yang saat itu muncul dalam benak peneliti. Teknik penulisan hasil studi kasus dapat membawa pembacanya seolah-olah mengerti dan terlibat dalam penelitian, hal itu disebut generalisasi-naturalistik. Dengan begitu pembaca akan memahami apa yang disampaikan. Disitulah terjadi konstruksi ilmu pengetahuan.

Untuk penelitian ini, peneliti memilih studi kasus jenis intrinsik. Dengan menampilkan daya tarik yang unik yaitu aktivitas yang diciptakan oleh Public Relations dalam membangun hubungan dengan pelanggan Indovision melalui Twitter. Studi kasus yang diteliti dibatasi oleh kwartal I tahun 2013.

3.5 Objek Penelitian dan Key Informan

Objek penelitian adalah akun resmi Twitter Indovision yaitu @Indovision_TV. Peneliti melihat adanya komunikasi timbal balik yang terjadi dalam akun tersebut antara perusahaan dengan pelanggan, dibandingkan dengan akun media sosial Indovision lainnya yaitu

Facebook Page dan Facebook Fan Page. Penulis akan mengamati bagaimana Indovision membangun komunikasi dengan pelanggannya.

Menurut Moleong (2004:3) *Key Informan* adalah mereka tidak hanya memberi keterangan tentang sesuatu kepada peneliti, tetapi juga bisa memberikan saran tentang sumber bukti yang mendukung serta menciptakan sesuatu terhadap sumber yang bersangkutan.

Kriteria *key informan* disini adalah sudah cukup lama dan intensif menyatu dengan aktivitas yang menjadi sasaran penelitian, masih aktif terlibat di lingkungan aktivitas yang menjadi sasaran penelitian, subjek tidak mengemas informasi yang sebenarnya. *Key informan* dianggap memiliki informasi yang relevan dengan masalah pokok penelitian

Peneliti mendapatkan informasi dari pihak internal dan eksternal. Pihak internal yang diwawancarain adalah :

1. Dhini W. Prayogo, selaku Head of Marketing Division. Ia memiliki otoritas tertinggi dalam Divisi Marketing PT MNC Sky Vision, Tbk, divisi yang menaungi departemen Public Relations.
2. Ramadhani Santoso, selaku Public Relations and Marketing Product Manager. Ia bertanggung jawab merencanakan dan merancang kegiatan eksternal Public Relations PT MNC Sky Vision, Tbk khususnya Indovision.

3. Siti Fauziah, selaku Public Relations Executive PT MNC Sky Vision, Tbk. Ia berperan sebagai eksekutor kegiatan Public Relations yang telah ditentukan.
4. Pelanggan Indovision yang juga pengikut akun Twitter @Indovision_TV yaitu Ruslan Wardani, Soraya Windy Rahmita dan Raga Artomi. Ketiganya merupakan pelanggan yang merupakan pemenang dari kuis-kuis di Twitter kuartal I Tahun 2013. Ruslan Wardani, pemenang pertama Indovision Movie Mania 2013, Soraya Windy Rahmita, pemenang pertama kuis #8iAnniversary dan Raga Artomi, pemenang kuis #UnitedFestival_Indovision.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Data dalam penelitian merupakan hal yang penting. Data yang didapatkan harus sesuai dan relevan dengan apa yang diteliti. Data dibedakan menjadi dua macam yaitu data primer dan data sekunder. Data primer menurut Rachmat Kriyantono merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya. Sedangkan data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pihak lain atau sumber lain atau data yang tidak diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Kriyantono, 2006:41-42).

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara:

1. Wawancara: Menurut Andrea Fontana dan James Frey dalam Denzin dan Lincoln (2009: 497), ada tiga teknik wawancara dalam ilmu pengetahuan sosial yaitu terstruktur, tidak

terstruktur, dan terbuka. Wawancara merupakan perangkat untuk memproduksi pemahaman situasional yang bersumber dari episode-episode interaksional khusus. Selain itu, wawancara menuntut keterbukaan, keterlibatan emosional, pembangunan jangka panjang, kepercayaan antara peneliti dan subjek penelitiannya, juga mendefinisikan ulang situasi wawancara selama proses penelitian.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik wawancara langsung yang berpedoman. Pedoman wawancara tidak berisi pertanyaan yang mendetail melainkan garis besar tentang data atau informasi apa yang ingin didapat yang nantinya dikembangkan dengan memperhatikan perkembangan, konteks, dan situasi wawancara (Pawito, 2010). Wawancara langsung dilakukan dengan pihak internal Indovision yang menjalankan aktivitas komunikasi dalam media sosial Twitter @Indovision_TV.

2. Dokumentasi: Menurut Kriyantono (2009:118), instrumen pengumpulan data dengan menelusuri data-data masa lampau secara sistematis dan objektif. Dokumen bisa berbentuk dokumen publik atau dokumen privat.

Peneliti mengumpulkan dokumen publik berupa pemberitaan di media online maupun cetak mengenai

perusahaan dan tweets yang dipublikasikan oleh Twitter resmi Indovision (@Indovision_TV) serta situs resmi www.indovision.tv dan dokumen pribadi perusahaan.

3. Observasi: Menurut Denzin & Lincoln (2009:524) observasi terdiri atas kumpulan kesan tentang dunia sekitar berdasarkan semua kemampuan daya cerap pancaindera manusia. Teknik observasi sederhana biasanya hanya mengikuti alur peristiwa begitu saja. Perilaku dan interaksi tetap berlangsung meskipun tanpa kehadiran peneliti.

Peneliti melakukan pengamatan terhadap peran Public Relations di organisasi dan Twitter Indovision (@Indovision_TV) pada saat peneliti bekerja magang di PT MNC Sky Vision, Tbk sejak Juli 2012- April 2013 dan saat peneliti melakukan wawancara langsung dengan narasumber.

4.7 Fokus Penelitian

Empat komponen CRM oleh Kincald yang terdiri dari Information, People, Process, dan Technology untuk mengatur hubungan pelanggan dengan perusahaan:

- **Informasi:** Informasi merupakan bahan pokok untuk program CRM. Segala informasi yang didapat lalu diolah sehingga mudah dikelompok dan dimanfaatnya. Data yang terkumpul digunakan

untuk memberikan pelayanan atau perilaku khusus kepada konsumen.

- **People:** Untuk menjalankan program CRM perusahaan membutuhkan sumber daya manusia dari berbagai unit organisasi lain di dalam satu perusahaan. Perannya pun berbeda-beda namun tetap berkaitan dengan implementasi CRM. contohnya: dari kalangan Top Management seperti komite perusahaan, *Project Manager, IT Supports, Administrator, CRM Developer, CRM Trainer* dan *Customer Service Representative*
- **Process:** Proses difokuskan kepada pelanggan yang merupakan produk CRM sendiri. Perusahaan menggunakan informasi yang didapat untuk menciptakan sebuah proses kepada konsumen dalam membangun hubungan. Proses yang terjadi disini merupakan titik mulainya interaksi antara pelanggan dan perusahaan. Interaksi yang dimaksud yakni telepon, *e-mail*, situs resmi dan lainnya.
- **Technology:** Teknologi disini sebagai alat teknis penggerak CRM khususnya pada penerapan dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Dengan penggunaan teknologi secara tepat, data-data konsumen diolah dan diimplementasikan untuk mendukung proses interaksi.

Selain itu peneliti akan menambahkan taktik Public Relations dalam penggunaan Twitter yang dikemukakan oleh Sarah

Skrik sebagai pendukung membangun hubungan dengan pelanggan di Twitter. Berikut penjelasannya:

- ***Tweet all of the angles***: Tweet mencakup segala sisi dari konten untuk memaksimalkan ketertarikan dalam pesan. Ini dapat menimbulkan ketertarikan dari konten yang dipromosikan dengan mengekspos sisi cerita lain kepada audiens. Dengan cara:

- Tweet tentang fakta menarik, tips, dan penawaran

- Mengubah kutipan ke @mentions. Apabila konten tersebut terdapat kutipan dari orang yang memiliki akun Twitter, kemudian parafrase dalam bentuk tweet baru. Contoh:

Selamat menikmati tayangan @FOXChannelsID di @Indovision_TV

- Tweet akun video atau infografik secara terpisah

- ***Spread your tweets out***: Menyebarkan tweet dengan bantuan jadwal harian. Hal tersebut dapat membantu dalam hasil pencarian di Internet

- *Use correct and effective hashtags*: Hashtags (#) dapat mengarahkan kepada suatu informasi. Itu merupakan cara Twitter mengatur informasi. Dengan menggunakannya secara benar, hashtag memberikan sesuatu yang berarti dalam informasi yang dicari bagi audiens.
- *Structure the content to be Twitter-friendly*: Agar menarik perhatian audiens, struktur tweet dari headline yang padat, poin-poin yang sudah diedit, kutipan-kutipan ringkas akan membuat konten lebih menarik.
- *Suggested tweets*: mendorong ReTweet dengan menjaga tweet tetap singkat. Tweet yang singkat lebih menarik dan dapat memberi ruang bagi audiens yang ingin mengomentari tweet tersebut

4.8 Teknik Analisis Data

Ketika data sudah terkumpul maka penulis akan melakukan analisa agar data tersebut lebih teratur. Menurut Daymon dan Holloway (2002: 368) analisis data adalah suatu proses menata, menytrukturkan dan memaknai data yang tidak beraturan.

Kriyantono (2009: 194), data kualitatif dapat berupa kata-kata, kalimat-kalimat atau narasi-narasi, baik yang diperoleh dari wawancara mendalam maupun observasi.

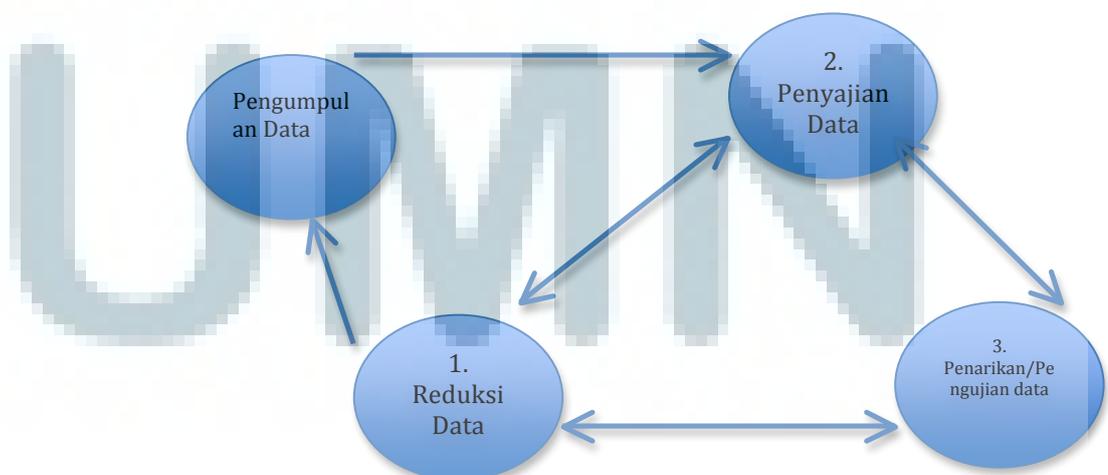
Morse dalam Daymon dan Holloway (2002) menyatakan bahwa ciri proses analisis kualitatif merupakan proses yang memerlukan pertanyaan tajam, pencarian jawaban tanpa lelah, pengamatan aktif, dan ingatan yang akurat. Riset kualitatif adalah proses penyatuan data, membuat yang tidak terlihat menjadi nyata, mengenali hal-hal penting dari yang tidak penting, menghubungkan secara logis, fakta-fakta yang tampaknya tidak berhubungan, mencocokkan kategori satu sama lain, dan mengatribusikan konsekuensi pada anteseden (faktor pemicu). Ini merupakan proses menduga dan memastikan, koreksi dan modifikasi, menyorotkan dan mempertahankan serta proses kreatif mengolah data sehingga pola analisis menjadi sangat jelas.

Analisa data kualitatif berkaitan dengan tiga hal yakni reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Miles dan Huberman dalam Pawito (2007: 104-106) menjelaskannya sebagai berikut :

- Reduksi data: memilah-milah data yang tidak beraturan menjadi potongan-potongan yang lebih teratur dengan membuat coding, menyusunnya menjadi kategori dan merangkumnya menjadi pola dan susunan sederhana. Terdiri dari tiga tahap yaitu tahap pertama meliputi didalamnya *editing, grouping dan* meringkas data. Tahap

kedua adalah *coding* dan memoing. Setelah tahap koding, penulis membuat catatan mengenai proses penelitian dari awal menentukan tema penelitian. Catatan yang dimaksud adalah gagasan-gagasan yang mengarah pada teorisasi dengan data yang ditemui. Pada tahap terakhir, reduksi data, penulis menyusun konsep serta penjelasan yang berkaitan dengan tema, pola dan data terkait.

- Penyajian data: melibatkan langkah-langkah mengorganisir data yaitu menjalin kelompok data yang satu dengan data lainnya sehingga seluruh data dapat dianalisis satu kesatuan untuk mempermudah proses analisa dikaitkan dengan teori yang ada
- Penarikan kesimpulan: pada tahap ini penulis mengimplementasikan prinsip induktif dengan mempertimbangkan pola-pola data yang ada dan membuat kesimpulan final.



Gambar 3.1 Analisa Data Miles dan Huberman dalam Pawito (2010)

3.9 Uji Keabsahan Data

Triangulasi (Denzin dan Lincoln, (2009:307) adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Triangulasi menurut Turner dan West (2008:78) merupakan suatu pendekatan terhadap riset yang melibatkan lebih dari satu metode. Pawito mengutip Patton (2002) Ada beberapa teknik Triangulasi yaitu Triangulasi Data (disebut juga Triangulasi sumber), Triangulasi Metode, Triangulasi Teori dan Triangulasi Peneliti.

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah Triangulasi dengan sumber data. Triangulasi jenis tersebut merupakan triangulasi dengan sumber berarti membandingkan data, mengecek kembali derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam metode kualitatif (Patton 1987) Hal ini dapat dicapai dengan jalan; (1) membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara (2) membandingkan apa yang dikatakan orang dengan apa yang dikatakannya secara pribadi (3) membandingkan apa yang dikatakan orang di depan-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan

sepanjang waktu (4) membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan (Denzin dan Lincoln, 2009)

Pawito (2010:98) menambahkan, langkah Triangulasi merupakan upaya untuk menunjukkan bukti empiris untuk meningkatkan pemahaman terhadap realitas atau gejala yang diteliti. Hasil yang didapat data bisa bersifat konsisten, tidak konsisten atau bahkan bertolak belakang saat diuji dengan data lain

Peneliti menggabungkan seluruh data yang telah dikumpulkan untuk kemudian diperiksa melalui metode analisa triangulasi. Data yang didapat bervariasi dari hasil wawancara dan dokumentasi yang didapat serta dialog yang terekam dalam percakapan di Twitter (@Indovision_TV) Dengan membandingkan kebenaran seluruh data maka peneliti menyimpulkan keabsahannya.

3.10 Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian di Wisma Indovision Lt. M, Jalan Raya Panjang Blok Z no. III, Kedoya, Jakarta Barat dan via e-mail kepada masing-masing *key informan*. Waktu penelitian dilaksanakan pada Maret – Juni 2013