

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **1.1. Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan di Divisi *Public Relations* dan Divisi Media & Komunikasi Perusahaan Heygroup, yang bertempat di Ruko Rajawali Center Blok B24 Pasar Minggu, Jakarta Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Mei 2022 sampai dengan bulan Agustus 2022.

#### **1.2. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Bertujuan untuk mencari, menganalisis dan mengelola dari peristiwa langsung di lapangan dengan memahami interaksi sosial dengan metode wawancara dan observasi.

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian berlandaskan pada filsafat, yang digunakan untuk meneliti pada kondisi ilmiah (eksperimen) dimana peneliti sebagai instrumen, teknik pengumpulan data dan analisis yang bersifat kualitatif serta menekankan pada makna. Metodologi penelitian kualitatif bertujuan untuk menganalisis dan mendeskripsikan fenomena atau obyek penelitian melalui aktivitas sosial, sikap dan persepsi manusia secara individu atau kelompok. Sugiyono (2018;213)

#### **1.3. Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah salah satu cara yang digunakan dalam melakukan proses penelitian dimulai dari proses pengambilan data hingga menganalisa data sampai pada mendapatkan hasil. Proses yang dilakukan dalam mendapatkan data yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif.

Sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dituju, maka metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif merupakan metode pengumpulan data yang berupa kata-

kata, gambaran, dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti.

Tujuan dari metode penelitian kualitatif sesuai dengan rumusan masalah serta pertanyaan penelitian/identifikasi masalah. Hal ini berdasarkan tujuan dari penelitian ini akan menjawab pertanyaan yang sebelumnya dikemukakan oleh rumusan masalah serta pertanyaan penelitian/identifikasi masalah.

#### 1.4. Operasionalisasi Konsep

Mengacu pada kerangka konsep penelitian, maka perlu dibuat operasionalisasi konsep yang bertujuan untuk mempermudah dalam mengetahui bagaimana Strategi Digital *Public Relations* Heygroup dalam Mempertahankan *Brand Image @heymale.id* Pada Masa Pandemi Covid-19.

Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep

No.	Konsep	Dimensi	Aspek
1.	<i>Strategi four step public relations</i>	<i>Fact Finding and Feedback/Analisis Situasi</i>	Mencari dan mengumpulkan data atau fakta, Sebelum melakukan tindakan.
		<i>Planning and Programming</i>	Merencanakan dan membuat kebijakan, program, dan tata cara sesuai prosedur agar kegiatan yang dilakukan dapat berjalan sesuai efektif dan efisien.
		<i>Action and Communicating</i>	Melaksanakan dan mengkomunikasikan dari strategi <i>Public relations</i> sesuai dengan fakta dan data yang telah dirumuskan dalam bentuk perencanaan.
		<i>Evaluation</i>	Proses evaluasi untuk mengukur keberhasilan program/strategi <i>public relations</i> yang diteliti.

No.	Konsep	Dimensi	Aspek
2.	<i>Digital Public Relations</i>	<i>Relations</i>	Berinteraksi dengan berbagai target audien dan membangun hubungan.
		<i>Reputations</i>	Akumulasi dari citra/ <i>image</i> . Citra yang didapat dari seluruh publik yang ada pada perusahaan, baik publik eksternal maupun internal.
		<i>Relevant</i>	Menyampaikan pesan yang sesuai dan menggunakan media digital penyampai pesan yang juga sesuai dengan target khalayak.
3.	<i>Brand Image</i>	<i>Brand Personality</i> (Kepribadian Merek)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Dinamis</li> <li>2. Kreatif dan Inovatif</li> <li>3. <i>Lifestyle</i></li> </ol>
		<i>Brand Identity</i> (Identitas Merek)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Logo</li> <li>2. Warna</li> <li>3. Slogan</li> <li>4. Kemasan</li> </ol>
		<i>Brand Association</i> (Asosiasi Merek)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Makna Tertentu</li> <li>2. Diferensiasi Produk</li> <li>3. <i>Positioning</i> Produk</li> </ol>
		<i>Brand Attitude and Behavior</i> (Sikap dan Perilaku Merek)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Core Benefits</i> (Manfaat Inti)</li> <li>2. <i>Basic Product</i> (Produk Dasar)</li> <li>3. <i>Expected Product</i> (Produk yang Diharapkan)</li> <li>4. <i>Augmented Product</i> (Produk Tambahan)</li> <li><i>Potential Product</i> (Produk Potensial)</li> </ol>

No.	Konsep	Dimensi	Aspek

### 1.5. Teknik Penentuan Informan

Dalam menentukan siapa yang akan menjadi informan dalam penelitian ini diterapkan teknik pemilihan informan *purposive sampling*. Teknik ini dipilih karena informan untuk penelitian adalah pihak yang mengetahui segala aspek yang berkaitan dengan fokus penelitian, sehingga perlu ditetapkan secara khusus.

Menurut Bungin (2014:3) informan memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Orang yang bersangkutan memiliki pengalaman pribadi sesuai dengan permasalahan yang diteliti.
2. Orang yang bersangkutan memiliki pengetahuan luas mengenai masalah yang diteliti.

Berdasarkan dengan pendekatan penelitian yang digunakan seperti yang sudah dijabarkan, maka memerlukan sumber-sumber yang akan menjadi informan dalam penelitian ini. Informan yang nantinya akan memberikan data terkait dengan permasalahan yang ada pada penelitian ini berdasarkan pengalaman dan kemampuan masing-masing informan. Sumber *key informan* atau *informan* dalam penelitian ini adalah : Tabel 3.2 Informan

No.	Nama	Usia	Pendidikan	Jabatan	Institusi
1.	Daniel Pranata	30	S.I.Kom M.I.Kom	Kepala Divisi Public Relations	HEYGROUP
2.	Nungky Whardana	28	S.I.Kom	Staff Divisi Media dan Komunikasi	HEYGROUP

## 1.6. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data merupakan kegiatan yang penting bagi sebuah penelitian, karena teknik yang digunakan dalam sebuah penelitian demi mendapatkan data, menentukan hasil yang didapatkan sehingga bisa diolah menjadi sebuah hasil.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### 1. Data Primer

Data primer merupakan data pertama yang digunakan dalam menentukan hasil melalui *key informan* dan *informan* melalui *depthinterview* (Wawancara Mendalam).

a. Wawancara Mendalam (*intensive/depthinterview*) adalah teknik mengumpulkan data atau informasi dengan cara bertatap muka langsung dengan informan agar mendapatkan data lengkap dan mendalam. Pada wawancara mendalam ini, pewawancara relative tidak mempunyai control atas respons informan. Artinya, informan bebas memberikan jawaban-jawaban yang lengkap, mendalam, bila perlu tidak ada yang disembunyikan. Caranya dengan mangusahakan wawancara berlangsung informal seperti sedang ngobrol (Elvinaro Ardianto, 2016:178).

### 2. Data Sekunder

Data sekunder yang digunakan adalah observasi dan kajian kepustakaan.

a. Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui sesuatu pengamatan, dengan disertai pencatatan-pencatatan terhadap keadaan atau perilaku objek sasaran.

b. Kajian Kepustakaan adalah kegiatan mencari data atau informasi penelitian melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi yang tersedia di perpustakaan baik milik pribadi maupun milik perpustakaan serta mengakses jurnal via internet.

## 1.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pengumpulan data secara sistematis untuk memudahkan dalam memperoleh kesimpulan. Proses analisis data yang telah didapatkan yakni didapat dari berbagai sumber, yaitu wawancara, pengamatan yang sudah dituliskan dalam catatan lapangan, berbagai macam dokumentasi yang telah dikumpulkan dan lain-lain.

Dalam melakukan analisis data kualitatif, Miles dan Huberman yang dikutip oleh Pujileksono, menyebutkan bahwa analisis data terdiri dari tiga alur kegiatan yang terjadi secara bersamaan, yaitu:

### 1. Reduksi Data

Reduksi data berarti merangkum, memilih hal yang pokok, memfokuskan pada hal yang penting, dicari pola dan temanya. Reduksi data merupakan proses pemilihan, pemusatan perhatian melalui penyederhaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis dilapangan. Tahapan-tahapan reduksi data meliputi:

- a. Membuat ringkasan
- b. Mengkode
- c. Menelusur tema
- d. Membuat gugus-gugus
- e. Membuat partisi
- f. Menulis memo.

### 2. Penyajian Data

Penyajian data berarti mendisplay/menyajikan data dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, dsb.

### 3. Penarik Kesimpulan

Penarikan kesimpulan dilakukan dengan melihat hasil reduksi data dan tetap mengacu pada rumusan masalah serta tujuan yang hendak dicapai. Karena penelitian ini bersifat kualitatif, maka teknik analisa yang dipakai adalah deskriptif analisis yang menguraikan, memaparkan peristiwa apa adanya.

Analisis data yang dilakukan dilapangan adalah cara megolah hasil wawancara. (Pujileksono, 2015:152).

### **1.8. Uji Keabsahan Data**

Triangulasi merupakan metode penguji keabsahan atau kebenaran suatu data hasil penelitian dengan menggunakan metode berbeda atau bervariasi. Untuk melakukan triangulasi, maka harus menggali data menggunakan beberapa metode (Martono, 2016:323).

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data tersebut. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin dalam Moleong (Moleong, 2010:330) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik, dan teori.

Ada beberapa macam triangulasi data sendiri menurut Denzim dalam Moleong (2010:330) yaitu dengan memanfaatkan penggunaan sumber, metode, penyidik dan teori. Ada beberapa macam, yaitu :

1. Triangulasi Sumber (data), Triangulasi ini membandingkan dan mengecek baik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui sumber yang berbeda dalam metode kualilitatif .
2. Triangulasi Metode, Triangulasi ini menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi penyidikan, Triangulasi ini dengan jalan memanfaatkan peneliti atau pengamat lainnya untuk keperluan pengecekan kembali derajat kepercayaan data. Contohnya membandingkan hasil pekerjaan seorang analisis dengan analisis lainnya.
4. Triangulasi teori, Triangulasi ini berdasarkan anggapan bahwa fakta tertentu tidak dapat dipersingkat derajat kepercayaan dengan satu atau

lebih teori tetapi hal itu dapat dilakukan, dalam hal ini dinamakan penjelasan banding.

Pada penelitian ini teknik keabsahaan data yang digunakan adalah Triangulasi Sumber, peneliti menggunakannya karena ingin mendeskriptifkan strategi *digital public relations* HEYGROUP dalam mempertahankan *brand image @heymale.id* pada masa Pandemi Covid-19.

Tabel 3.3 Informan Triangulasi

<b>No.</b>	<b>Nama</b>	<b>Usia</b>	<b>Pendidikan</b>	<b>Jabatan</b>
1.	Regia Growin	24	S.I.Kom	<i>Followers</i> aktif Instagram <i>@heymale.id</i> dan sekaligus merupakan konsumen rutin <i>brand fashion</i> HEYGROUP

